

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
ESCUELA DE POSGRADO



TRABAJO DE POSGRADO

FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD LOCAL A PARTIR DEL VALOR
HISTÓRICO, COMO ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA EN EL
CENTRO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA

PARA OPTAR AL GRADO DE

MAESTRO EN DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

PRESENTADO POR

LICENCIADO MIGUEL ÁNGEL RIVERA MENDOZA
LICENCIADO EBER WILFREDO CABALLERO PASTUL

DOCENTE ASESOR

MAESTRO ESTEBAN DE JESÚS CUÉLLAR CERÓN

MAYO, 2024

SANTA ANA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES



ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

RECTOR

DRA. EVEYN BEATRIZ FARFÁN MATA

VICERRECTORA ACADÉMICA

M.Sc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LICDO. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LICDA. ANA RUTH AVELAR VALLADARES

DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

LICDO. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
AUTORIDADES



M.Ed. ROBERTO CARLOS SIGÜENZA CAMPOS
DECANO

DR. JOSÉ GUILLERMO GARCÍA ACOSTA
VICEDECANO

LICDO. JAIME ERNESTO SERMEÑO DE LA PEÑA
SECRETARIO

M.Sc. MARTA RAQUEL QUEVEDO CIERRA
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE POSGRADO

INDICE

INTRODUCCION	ix
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Descripción del problema.	11
1.2 Objetivos.	14
1.2.1 General	14
1.2.2 Específicos	14
1.3 Preguntas de investigación.....	14
1.4 Justificación.	15
1.5 Alcances.....	17
1.6 Límites.	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.	19
2.1 Reseña histórica del departamento de Santa Ana.	19
2.2 Patrimonio histórico de Santa Ana.	21
2.3 Colindancias de Santa Ana.	25
2.4 Caracterización del Municipio de Santa Ana.	26
2.5 Antecedentes históricos de la Identidad.....	27
2.5.1 Definición de identidad y cultura.....	27
2.5.2 Elementos visuales que generan identidad en la ciudad de Santa Ana	29
2.6. Contexto del desarrollo	31
2.6.1 Origen histórico del concepto de desarrollo.....	31
2.6.2 Teorías del desarrollo.....	33
2.6.3. La Teoría de la Modernización.	33

2.6.4. La Teoría Estructuralista de la Comisión Económica para América Latina CEPAL	34
2.6.5. La Teoría de la Dependencia.....	34
2.6.6 La Teoría Post – Estructuralista.	35
2.6.7. Los Enfoques de Post – Desarrollo.	36
2.7 Alternativas de desarrollo	36
2.8 El Concepto de desarrollo.....	39
2.9 Perspectivas del desarrollo.....	42
2.10 Enfoques del desarrollo.	43
2.11. Aproximación al concepto de desarrollo local.....	45
2.12 Enfoques del desarrollo local como paradigma	49
2.13 Elementos del desarrollo local.	50
2.14 Características del desarrollo local.	52
2.15 Importancia del desarrollo local.	53
2.16 Obstáculos para el desarrollo local.	54
2.17 Herramientas comprobables para llevar a cabo proyectos de desarrollo local.	56
2.18 El desarrollo local en El Salvador.....	58
2.18.1 Aproximación a la Institucionalidad del Estado para el Desarrollo Local de El Salvador.....	60
2.18.2 Dirección de Obras Municipales.....	72
2.19 Enfoques de competitividad.....	77
2.19.1 Enfoque sustentable de la competitividad.....	80
2.20 Estrategias de desarrollo productivo.....	81
2.21 Transformación económica.....	81
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	83

3.1 Enfoque de investigación.....	83
3.2 Método.....	84
3.3 Tipo de investigación.....	84
3.4 Diseño de recolección.....	84
3.5 Tiempo de búsqueda de la información.....	85
3.6 Espacio de recolección de la información.....	85
3.7 Población y sujetos de estudio.....	85
3.7.1 Población.....	85
3.7.2 Tipo de muestreo sobre los sujetos de estudio.....	86
3.7.3 Criterios de Inclusión.....	86
3.7.4 Sujetos de estudio.....	87
3.7.5 Fuentes de información secundarias.....	88
3.7.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	88
3.7.7 Administración de los instrumentos.....	89
3.7.8 Administración de las Entrevistas.....	89
3.7.9 Procesamiento.....	90
3.7.10 Análisis de la información.....	90
3.7.10.1 El análisis de los datos cualitativos.....	90
3.7.10.2 Categorización y Codificación.....	91
3.7.10.3 Utilización de software.....	91
3.7.10.4 Matriz de variables de investigación.....	93
3.8 Tratamiento de la información obtenida.....	99
3.9 Aspectos éticos y profesionales.....	99
3.10 Protección de la información.....	99

3.11 La identidad de los informantes.....	100
3.12 Los hallazgos.	100
3.13 Análisis de resultados.	100
3.14 Categorización y codificación.	101
3.15 Utilización de programa software.....	101
CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	102
4.1. Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas a comerciantes del sector informal Centro Histórico.	104
4.2 Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas a referentes institucionales.	106
4.3 Análisis e Interpretación de los Resultados de la Entrevista a muestra del sector comercio informal del Centro Histórico.	107
4.4. Análisis de entrevistas a referentes institucionales del centro histórico de Santa Ana.....	125
4. 5. Análisis de entrevistas a comerciantes externos al centro histórico de Santa Ana.....	138
CAPITULO V: PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA DE IDENTIDAD LOCAL PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA DEL CENTRO HISTÓRICO.....	158
5.1 Carácter y necesidad de una estrategia de Identidad Local	158
5.2 Construcción de una Identidad Local para transformación de la economía	160
5.3 Fase de Diagnóstico	162
5.3.1 Etapa 1: Disposición política del gobierno municipal	162
5.3.1.1 Acuerdo municipal	163
5.3.1.2 Integración de equipo político y técnico	163
5.3.2 Etapa 2: Conformación de espacios de participación	163
5.3.2.1. Convocatoria para los comerciantes del centro histórico.....	164

5.3.3. Etapa 3: Diagnóstico de la situación de Identidad Local y el Valor Histórico ...	164
5.3.4. Etapa 4: Construcción conjunta de la estrategia de Identidad Local y Valor Histórico.....	164
5.3.5. Etapa 5: Análisis y priorización	166
5.3.6. Etapa 6: Jerarquización de alternativas y selección de alternativas de acción...	168
5.3.7 Etapa 7: Lineamientos generales.....	168
5.3.8. Etapa 8: Enunciados de la Estrategia Municipal.....	169
5.4 Fase de aprobación y aval de la Estrategia e incorporación en el sistema.....	174
5.5. Fase de presentación y difusión de la Estrategia de Fortalecimiento de Identidad Local	175
5.6. Monitoreo y evaluación de la política.....	175
5.7 Implementación y monitoreo	176
5.8 Evaluación	177
5.9. Estructura del documento de la Estrategia Municipal	178
5.10. Mecanismos de implementación, monitoreo y evaluación	182
5.11. Recursos disponibles.....	182
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	183
6.1 Conclusiones.....	183
6.2 Recomendaciones.	184
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	185
ANEXOS	188

INTRODUCCION

El sector comercio desempeña un papel esencial en la transformación económica de los territorios, contribuyendo a la generación de ingresos y al desarrollo de las familias, por lo que investigar los fenómenos que le incidan es eminente.

Investigar y analizar el tema de la identidad local con relación a la historia y al patrimonio, en el sector emprendedor, considerando su naturaleza y características, como un vínculo que pueden dar como resultado una estrategia de transformación económica, puesto que, es importante ya que es un sector altamente vulnerable. Este análisis no solo permitirá identificar los principales desafíos que enfrentan los comerciantes en un contexto de atracción turística, pero con pocos espacios de promoción comercial informal, sino también emitir recomendaciones que permitan enfrentar los impactos con mayor resiliencia, pero esto también por medio de formular una propuesta de estrategia que logre la mejora de la economía, partiendo de la base con la que ya se cuenta.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este capítulo se presenta los antecedentes de la problemática, detallando las limitaciones, preguntas de investigación, así como objetivos, justificación, límites y alcances.

CAPÍTULO: II MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En este capítulo se describe los antecedentes del problema, teorías relacionadas, conceptualización, marco jurídico y contextualización.

CAPÍTULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

Está constituido por el enfoque de investigación desarrollado, método, tipo de estudio, población y muestra, técnicas e instrumentos, operacionalización de variables, estrategias de recolección de datos y consideraciones éticas de procesos de investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN DE RESULTADOS

Está compuesto por el procesamiento de la información obtenida a través de las técnicas de investigación. Asimismo, se muestra el análisis de los datos obtenidos y los principales

hallazgos.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se establecen las principales conclusiones y recomendaciones como resultados de la investigación desarrollada.

CAPITULO VI: PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA DE IDENTIDAD LOCAL PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA DEL CENTRO HISTORICO.

En donde se describe una propuesta con sus estrategias, como respuesta ante la situación que afrontan el sector comercio, del municipio estudiado.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

En la actualidad, las ciudades enfrentan grandes retos y desafíos ligados al crecimiento poblacional y la migración de actividades económicas concentradas en los cascos urbanos debido al desplazamiento de la población de las zonas campesinas, un fenómeno que es histórico, promovido por los diferentes gobiernos que en décadas atrás, impulsaron la industrialización y el desfase de la agricultura.

La migración de población de los sectores rurales hacia las áreas urbanas se debe principalmente, a la falta de empleo en las familias campesinas, a las pocas oportunidades de desarrollo que existen en las comunidades y otros municipios aledaños. Dicho desplazamiento genera una sobredemanda en la mano de obra que no se logra absorber en los empleos formales del municipio para poder obtener un empleo, lo que origina la generación del comercio informal o autoempleo para poder obtener ingresos, esto como una alternativa de subsistencia y de lucha por una vida digna.

El comercio informal que se da en nuestro país es muy diverso y crece debido a la escasez de empleo formal. En El Salvador, se considera al sector informal como el segmento del mercado de trabajo urbano compuesto por asalariados y trabajadores familiares ocupados en establecimientos de menos de cinco trabajadores; y trabajadores por cuenta propia y patronos de empresas con menos de cinco trabajadores en ocupaciones no profesionales, técnicos, gerenciales o administrativos (Organización Internacional del Trabajo, 2020).

De acuerdo con el análisis del impacto en el mercado de trabajo derivado de la Covid 19 realizado por la OIT 2020, “Desde la perspectiva geográfica durante la pandemia los departamentos más afectados por la pérdida de empleo fueron San Salvador en un 25%, La Libertad 13.5% y Santa Ana con un 9.7%”; empleos que de no recuperarse en el corto o mediano plazo pueden pasar a condición de economía informal como una manera de obtener ingresos para reinsertarse en la dinámica económica.

En ese sentido, el crecimiento del sector informal en Santa Ana ha sido inevitable en estos últimos 2 años, esta situación se convierte en una problemática si no se tiene la capacidad en infraestructura para albergar las ventas informales en los mercados actuales, esto implica que el

comercio informal se tome los espacios públicos como calles, avenidas, esquinas y zonas de parqueo, bloqueando no solo el paso peatonal sino también, al comerciante formal que tiene un local establecido y por el cual paga impuestos.

Esta situación de crecimiento de comercio informal, también deja al descubierto la necesidad de una transformación económica urgente dentro de la comercialización que se da en el centro histórico los cuales son en su mayoría basados en mercados de oferta instantánea, es decir, se compra y se consume de inmediato tales como: ventas de comida, ventas de chalets, carretones, y platillos típicos.

Otro de los sectores predominantes, son los que venden artículos de cuidado personal, familiar o de usos varios, en los cuales, es complejo establecer un distintivo comercial o como diferenciador de producción local, casi todos los comercios, tienen venta de productos importados o vinculados a la producción sin ningún tipo de identidad local o de rescate del valor histórico por la materia prima utilizada o por su procedencia local vinculada a la identificación cultural del municipio de Santa Ana.

Una estrategia de identidad local para poder atraer turismo, requiere de un cambio paradigmático cultural, reconvertir no solo el territorio sino también a su gente, a sus actores principales, que permita la creación de un modelo económico distinto, en un nuevo enfoque de mercado, capaz de atraer segmentos de población tanto fuera como dentro del país, utilizando como diferenciador la producción local, favoreciendo no solo el encadenamiento productivo, sino que a su vez transformando los procesos de comercialización con ideas y conceptos novedosos de productos con materia prima del departamento, y con la idea transversal de mejorar el bienestar social de los comerciantes informales. Este proceso de transformación no solo generaría mayor competitividad en los mercados nacionales sino también podría ser una plataforma importante para competir con experiencias de otras regiones del país o Centro América.

Una generación de nuevos comerciantes identificados con su cultura, con procesos de comercialización encaminados a las acciones de rescate cultural permitiría la formación de ciudadanos más conscientes y sensibles en temas transversales como la importancia del ordenamiento, seguridad, limpieza, la buena atención, presentación de los negocios y las normas de cortesía necesarias para la sostenibilidad del modelo.

La transformación económica del centro histórico no solo trae beneficios de identidad y de atracción de turismo para generar ingresos para las personas, sino también, la oportunidad de ordenar el territorio bajo un concepto propio, revalorizando el centro histórico como las iglesias, los parques, el teatro, la arquitectura, la cultura inmaterial y otros conceptos o lugares que pueden reposicionar a Santa Ana como una ciudad emergente.

El fortalecimiento de la identidad local, puede redescubrir aquellas raíces ancestrales en cuanto a materias primas, prácticas y producto que han diferenciado y categorizado la identidad del municipio, y a partir de esto desarrollar las competencias necesarias para generar procesos de comercialización tropicalizados, destacando las actividades económicas con una fuerte identidad vinculada al territorio y sus valores agregados enfocados en un ambiente de orden, limpieza, estética y sostenibilidad. Por otra parte, el factor histórico y la identidad local son el centro de la propuesta y como ejes transversales la parte económica que permitan generar elementos diferenciadores para lograr un corredor urbano con una identidad marcada y competitiva a nivel nacional.

Un corredor urbano comercial y competitivo, se puede lograr si se desarrolla en la población objetivo un apropiamiento de la identidad local como municipio. Siendo necesario que las personas sean parte activa y participativa del proyecto. Establecer modelos de desarrollo local exitosos, exige un fuerte compromiso de los actores locales que influyen en el territorio, y son piezas fundamentales para el éxito del proyecto por su poder y capacidad de asignar recursos necesarios en el orden y desarrollo del territorio. En este sentido, se presente una visión con enfoque de competitividad. (Tooper, Marzo- Abril 1990) menciona la necesidad de los esfuerzos de innovación de los sectores locales aprovechando las ventajas del territorio, por otra parte, establecer los consensos necesarios dentro de las dimensiones del desarrollo para sistematizar el modelo aprovechando la condición de los factores, el trabajo colaborativo y las condiciones de la demanda.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Elaborar una propuesta de modelo para la transformación económica basado en la creación de estrategias que promuevan y destaquen identidad local y el valor histórico del Municipio de Santa Ana para su fortalecimiento.

1.2.2 Específicos

- Determinar la situación actual de la identidad y valor histórico en las prácticas comerciales de los comerciantes del centro histórico del municipio de Santa Ana.
- Identificar los niveles de conocimiento de identidad local y valor histórico en los comerciantes y autoridades del municipio de Santa Ana.
- Establecer las líneas estratégicas de acción que son claves para el desarrollo económico local basado en la identidad y el valor histórico.
- Determinar una estrategia que promueva y destaque la identidad local y valor histórico para el modelo de transformación económica en centro histórico del municipio de Santa Ana.
- Elaborar una propuesta que promueva la identidad local como para mejorar las prácticas comerciales de los comerciantes del sector informal del centro histórico del municipio de Santa Ana.

1.3 Preguntas de Investigación

¿Cuál es la importancia del diagnóstico situacional para la formulación de estrategias que promuevan y destaquen identidad local como elemento de diferenciación para la transformación económica del municipio?

¿Cómo perciben los comerciantes y las autoridades locales la necesidad de formación en temas de la identidad local y el valor histórico para lograr una transformación económica?

¿Qué nivel de conocimiento existe de la identidad local y el valor histórico en los comerciantes, autoridades locales y gubernamentales?

¿Cuáles serán los roles de los actores participantes para la creación de las líneas estratégicas lograr el desarrollo y la transformación económicos del municipio de Santa Ana?

¿Cuánta importancia tendrá la estrategia de imagen para el posicionamiento del centro histórico en el municipio de Santa Ana en el contexto de la identidad local para competir con otros mercados?

¿Cuántos productos creados con valor histórico e identidad local se podrán incorporar en los puestos de venta de los comerciantes en el contexto del diseño de la estrategia?

¿Cómo perciben los comerciantes la necesidad de integrarse a las redes de comercialización del centro histórico para la creación de marcas locales como alternativa de proyección hacia otros municipios?

1.4 Justificación

Entre las consecuencias en la economía mundial posterior a la pandemia por COVID 19 se encuentran las altas tasas de desempleo, condiciones de pobreza, entre otras. El Salvador por su parte evidenció un incremento del 4.6 puntos porcentuales de la tasa de pobreza para el 2019 – 2020, siendo esto alarmante en base a las necesidades del país. A partir de lo anterior, se incrementa la necesidad del desarrollo de los emprendimientos como base fundamental de la economía de todos aquellos ciudadanos que por motivos ajenos a sus posibilidades quedaron en estado de desempleo. (Matamorros, 2020-2021)

De acuerdo al contexto económico de El Salvador, el 31.2% de los salvadoreños son emprendedores, esto implica que ante la falta de oportunidades el autoempleo es la forma más inmediata de resolver la situación económica, las MYPES aportan al país más de 700 mil empleos directos con un aporte del 35% del PIB, de las cuales casi un 25% de todas las MYPES a nivel nacional están concentradas a nivel de la zona occidental, lo que indica su fuerte poder de dinamización en las economías locales y su importancia. (Banco Central de Reserva 2020).

Sin embargo, y con relación a lo anterior, en muchos casos no todas logran establecerse en el tiempo y en menos de un año 8 de cada 10 cierran por su poca capacidad de diferenciación sobre otras o por no poder aprovechar de forma ingeniosa las oportunidades o las limitantes de la dinámica económica del territorio donde compiten. (Banco Central de Reserva, 2020)

Por lo tanto, uno de los grandes desafíos actuales es generar para la población salvadoreña, alternativas de generación de empleos y bases financieras auto sostenibles y efectivas en el tiempo; por ello, la creación de valor basado en la identidad local dentro de los municipios puede verse como una estrategia alternativa, aun cuando se depende en gran medida del comercio internacional, con población poco identificada con lo local y sin identidad cultural e histórica, por ello es pertinente la búsqueda de una inclusión de los rasgos culturales, tradiciones e historia en los procesos comerciales para el desarrollo sostenible de un municipio, lo que podría con el tiempo ayudar a cambiar esta realidad a través de una estrategia de transformación económica sostenible y con identidad.

El municipio de Santa Ana, específicamente el Centro Histórico, es el punto de partida para cambiar esta realidad, realizando un proceso de investigación exploratoria que servirá de inicio para conocer el estado actual de un tema con poco abordaje en el ámbito local, sobre cómo los comerciantes informales buscan generar ingresos dentro de la dinámica económica que ofrece dicho lugar. La gran dependencia de los comerciantes en los procesos de comercialización, específicamente en la venta e importación de productos de mercados externos como el de China, se ha convertido en varias décadas como la base principal para generar ingresos y sostener su economía familiar, dentro lo cual, se genera una desconexión entre lo externo y el valor de la producción local que se ofrece, dando como resultado un problema cultural y económico, que deja como efecto directo el limitado crecimiento de la industria local naciente.

Por tanto, promover un nuevo modelo de transformación económica de oferta y demanda local basada en la identidad y valor histórico puede mejorar la condición y posicionamiento del municipio frente a mercados regionales y externos, no solo en el ámbito económico, sino también, en el ámbito social, cultural y ambiental.

En ese sentido, Albuquerque (2001), afirma que: “los puntos centrales de todo plan de desarrollo local es definir las actividades económicas (naturaleza, generación de rentas y empleo y efectos sobre la distribución de la riqueza y el ecosistema) que van a ser el motor del proceso de cambio estructural (Calatrava, 1992)”. Lo anterior, señala la importancia de la actividad económica de acuerdo con su naturaleza, tener conocimiento del sistema productivo local y su funcionamiento. Para (Albuquerque, 2001) los sistemas productivos dinámicos tienden a ser innovadores y se

producen debido a las relaciones entre los actores públicos y privados que están involucradas tanto en lo económico, social y comercial.

El nacimiento y consolidación de los sistemas productivos locales se producen en áreas que se caracterizan por un sistema sociocultural fuertemente vinculado al territorio. (Albuquerque, 2001). Esta vinculación de factores nos permite evidenciar que la cultura y lo social se relacionan intrínsecamente a la identidad local del territorio, y esta a su vez, puede insertarse al sistema productivo local para generar un proceso de transformación económica.

En ese sentido, si al proceso de transformación económica se le agrega el diferenciador del patrimonio histórico puede favorecer no solo la capacidad emprendedora local como un valor social reconocido, sino también puede revolucionar el mercado de trabajo local con mayor número de mano de obra calificada y la capacidad de respuesta de las comunidades locales ante los cambios de la demanda y los desafíos de la competitividad; porque si existe mayor demanda, se podrían crear economías de escala, dinamizar las microrregiones productivas locales, disminuir los costos de producción, promover sectores estratégicos, creación de empleo y a mediano plazo la creación de clusters de producción con la réplica del modelo en otras regiones o áreas del municipio de Santa Ana para atraer mayor inversión e ingresos.

1.5 Alcances

La investigación tiene como propósito, identificar la necesidad de la realidad económica actual a través de datos y determinar la necesidad de una estrategia de identidad local enfocada al valor histórico.

- Proponer mecanismos de intervención, para la formación de los comerciantes y autoridades en materia de identidad local y valor histórico del municipio
- Sensibilizar a la población, acerca de la importancia de la identidad local de los productos propios y el valor histórico que representan.
- Elaborar un plan articulado con la intervención y participación de todos los actores involucrados a fin de crear los espacios de diálogo y creación de estrategias de adopción del modelo.
- Establecer lineamientos estratégicos que promuevan y destaquen la adopción de la identidad local y el valor histórico como elementos diferenciadores de la oferta local ante la demanda interna y externa.

1.6 Límites

Falta de interés por parte de los involucrados tanto comerciantes como autoridades locales para llevar a cabo el modelo de transformación económica.

- Abandono por parte de la muestra.
- Disponibilidad de tiempo por parte de los comerciantes y autoridades para tratar el tema de investigación.
- Falta de acceso a la información disponible para conocer si existen investigaciones anteriores o recientes respecto al tema de identidad local y transformación económica.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Reseña Histórica del Departamento de Santa Ana

Desde el período preclásico el Departamento de Santa Ana estuvo habitado por los mayas (sitios arqueológico mayas representativos son: El Trapiche, Tazumal y Casa Blanca), para el clásico tardío dos etnias o pueblos mayas habitaban el departamento de Santa Ana, estos eran: los Chortís (que habitaban al norte del Río Lempa) y los pocomames (que habitaban en toda la zona occidental bajo el Río Lempa, excepto Sonsonate), Chalchuapa fue la ciudad maya más grande, poderosa y dominante en toda la zona occidental.

Entre 1200 y 1400 todo el Departamento de Santa Ana bajo el Río Lempa fue conquistado por los pipiles, llegando a formar parte de la nación pipil: el Señorío de Cuzcatlán. Entre 1528 y 1540 el Departamento de Santa Ana fue conquistado y pacificado por los españoles. Perteneció a la Alcaldía Mayor de San Salvador y después a la Intendencia de San Salvador, estando dividido en los partidos o distritos de Santa Ana y Metapán. (Carcamo Monedero, Contreras Posada, & Pinto Melgar, 2017)

Desde 1824 (año en que la Alcaldía Mayor de Sonsonate y la Intendencia de San Salvador se unificaron) perteneció al Departamento de Sonsonate, en 1855 se crea el Departamento de Santa Ana (incluyendo al actual Departamento de Ahuachapán), en 1869 le son retiradas al Departamento de Santa Ana las poblaciones de Ahuachapán para crear el departamento del mismo nombre. ((Ibid.)

La Ciudad de Santa Ana fue fundada por los mayas pocomames en lo que hoy es el Barrio de Santa Bárbara entre los ríos Apanteos y Apanchacal, alrededor de los siglos IV, V ó VI; se desconoce el nombre que le pusieron; posiblemente estuvo sometida a Chalchuapa (que fue capital de los mayas pocomames). Alrededor del año 1200 los pipiles ingresaron y ocuparon la zona cambiándole el nombre por el de Sihuatehuacán (que significa: Lugar de mujeres sacerdotizas), pasando a formar parte del Señorío de Cuzcatlán.

Según el Plan Estratégico Participativo de Desarrollo e Inversión (Ibid.), del Municipio de Santa Ana, Departamento de Santa Ana; “Ciudad Heroica” es uno de los nombres que identifican a San Ana, por la gesta cívica escrita por los 44 patriotas en el año de 1894 que dio origen al derrocamiento del gobierno de los hermanos Carlos y Antonio Ezeta. Estos 44 patriotas son

considerados héroes de la ciudad, sus nombres son: Fulgencia de Peña, Eusebia de Monterrosa, Fidelina Chinchilla, Lidia Calderón Macall, Socorro Ladrón de Guevara, Concha Aguirre, Julia Pineda, Doroteo Caballero, Rafael Gutiérrez, Tomás Regalado, Francisco Hurtado, Prudencio Alfaro, Mariano Morán, Joaquín Pérez, Lizandro Arévalo, Abelardo Bracamonte, Juan Castro, Aquilino Duarte, Luis Gómez, Hilario Marroquín, Francisco Gómez, Vicente Retana, Ramón Flores, Luis Pineda, Rosendo Guevara, Marcelino Monterosa, Juan Escobar, Luciano Monterrosa, Tranquilino Sánchez, José Miguel Alfaro, Agustín Linares, Luis Mathies, Juan Ortiz, Adolfo Alvarenga, Heriberto Alvarenga, Máximo González, Faustino Acevedo, Nicolás Alvarenga, Eduardo Morales, Alfonso García, Santiago Calidonio, Alejandro Cabrera, Reyes Rivera, Mariano Ramos, Domingo Campos, Manuel Quintanilla, Carmen González, Dolores Cámara, Bernarda Calderón, Pedro Salguero y Rodolfo Morales.

Otro nombre que identifica a Santa Ana es el de “Ciudad de las Sacerdotisas o Pitonisas”, se desglosa al traducir la palabra pipil Sihuate huacán (Cihuat = mujer,tehua = bruja, y can = ciudad). Este fue el calificativo con el cual, la llamaron los españoles a su llegada a América. La llamada “ayer” Santa Ana, la Grande fue fundada el 26 de julio de 1569, y que tuvo su asiento inicial, también por las riberas de “Apanteos” y “Apanchacal”.

La historia también nos remonta, hasta el tiempo que se dieron las primeras urbanizaciones, en lo que actualmente es el Barrio de Santa Lucía, también conocido como Chacaltzincu. El 18 de julio de 1824, el Municipio de Santa Ana pasa a la jurisdicción del Departamento de Sonsonate; el 22 de mayo fue declarada cabecera del Departamento de Sonsonate, ejerciendo los gobernadores de esta cabecera, autoridad sobre todos los pueblos de la zona occidental.

En 1835, se le nombró cabecera del Departamento de Sonsonate y el 8 de febrero de 1855 por decreto legislativo se instituyó como un Departamento de la República. Entre 1841 y 1871 Santa Ana se vio invadida varias veces por las tropas guatemaltecas y/o hondureñas por la constante lucha por la presidencia entre liberales y conservadores. (Ibíd.)

En el año de 1854, se le quita el título de pueblo a Santa Lucía y se lo une como barrio a Santa Ana. En 1855 se crea el Departamento de Santa Ana. Desde ese momento, Santa Ana estaba destinada a ser la segunda ciudad en importancia para el país por su desarrollo industrial, económico, social y cultural. El período entre 1871 y 1931 fue la época dorada del café. Durante esta época Santa Ana fue la ciudad más próspera del país, debido a que muchos de los

empresarios que lo cultivaban vivían en dicha localidad; además, se encontraban importantes plantas beneficiadoras que preparaban el café para su venta.

2.2 Patrimonio Histórico de Santa Ana.

Desde la época colonial Sihuatehuacán, ahora Santa Ana, fue un lugar atractivo por sus tierras, gente y paisaje.

Por los años 1555, se establecen en este lugar las primeras ciudades españolas por ser las tierras adecuadas para el cultivo del cacao. Santa Ana cuenta con monumentos culturales que le embellecen y le convierten en una de las ciudades más hermosas por su estructura arquitectónica, con un centro histórico único en el país. Dentro de su patrimonio destaca:

Patrimonio Tangible o Estructural

a) Escuela “José Mariano Méndez”

En 1855 la Escuela “José Mariano Méndez” (nombrada en honor al presbítero José Mariano Méndez) es declarada por el Ministerio de Educación la Escuela Normal de la Ciudad, posteriormente sería declarada Escuela de Artes y Oficios. En este momento, dicha escuela se encuentra en un proceso de recuperación como parte del centro histórico bajo la visión de fomentar un destino turístico en la Ciudad de Santa Ana.

b) El Teatro Santaneco

Para velar por el engrandecimiento y ornato de las ciudades, se creó la Junta de Fomento de Santa Ana en 1889, la cual, debido al interés manifestado por la población, realiza el proyecto del Teatro de Santa Ana.

El terreno seleccionado estaba al costado norte del Parque Central y era conocido como el Portal Bernal. Un año más tarde se promueve el Primer Concurso de planos del teatro, los cuales fueron asignados a la compañía Sociedad Constructora de Occidente y la primera piedra se colocó con la alegría de todos los santanecos, el 9 de febrero de 1902.

Bajo la gestión municipal de Emilio Bolaños se contratan los servicios de los artistas italianos Luigi Arcangeli, Guglielmo Aronne, Antonio Rovescali, Luigi Picozzi, y otros. A ellos se les

unieron artistas y artesanos nacionales, quienes colaboran en equipo para producir la formidable decoración del teatro.

Dentro de las personas colaboradoras destaca Doña Luz García de Salgado, quien fue discípula del pintor Arcangeli y posterior restauradora de sus pinturas. El 27 de febrero de 1910 se inauguró oficialmente con la presentación de la ópera Rigoletto. (Landaverde Granadino, 2019)

c) El Palacio Municipal

En 1871, se tomó la iniciativa de construir el Palacio Municipal en la Ciudad de Santa Ana. Los esfuerzos para que esto se hiciera realidad se extendieron hasta el año siguiente. Fue hasta en 1874 que se concretó el inicio de la obra.

El valor total del proyecto ascendió a 130 mil colones, los trabajadores municipales de esa época donaron sus salarios para su construcción, Joaquín Pérez fue el arquitecto encargado de darle vida a este monumento, hoy considerado patrimonio cultural de El Salvador.

d) La Catedral

“La Catedral”, una obra construida con un estilo neo -gótico se encuentra frente al Parque Libertad de la Ciudad de Santa Ana, “la Ciudad Morena”.

La construcción de este venerado templo se inició el 21 de enero de 1906, cuando fungía como párroco el Presbítero Manuel López Mejía.

La hermosa iglesia, catedral, es una joya arquitectónica, orgullo de los habitantes de la “Ciudad Heroica”, admirada por turistas nacionales y extranjeros, que viajan especialmente para rendirle culto a la imagen de la madre de la Virgen María, abuela (según la enseñanza católica) de Jesucristo y en cuyo honor se celebran las Fiestas Patronales, “Fiestas Julias”, por llevarse a cabo en el mes de julio año tras año.

La forma completa de catedral es de una cruz latina. Tiene tres naves que juntas forman una cruz. La nave central tiene 22 metros de largo por 22 metros de ancho y las laterales miden 12 metros de largo por ocho de ancho. En la torre norte hay tres campanas manuales y la gran campana, consagrada en julio de 1949. En la torre sur un juego de tres campanas, traídas de Holanda, que son accionadas electrónicamente. (Ibíd)

Patrimonio Intangible

Podemos decir que el Patrimonio Cultural Intangible e Inmaterial constituye el patrimonio intelectual y el sentido que hace única a una comunidad o población, como las tradiciones, la gastronomía, la herbolaria, la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento de la sociedad. Este patrimonio es conocido también como patrimonio oral.

Por lo anterior, Santa Ana presenta múltiples formas de expresión de patrimonio cultural intangibles dentro de las cuales se destacan:

a) Fiestas Patronales o Fiestas Julias:

Son denominadas como festejos patronales en la ciudad de Santa Ana, El Salvador. Estas festividades, en honor a la Señora Santa Ana (patrona de la ciudad), se han convertido en uno de los festejos más importantes de este país.

Las Fiestas Julias han sido celebradas en Santa Ana desde principios del siglo xvii (1600 - 1700). Con el tiempo, los días de duración de las festividades también han sido alargados, y en la actualidad inician desde el 17 de julio hasta el 26 de julio

El inicio de las Fiestas Julias coincide con el desfile de correo, el cual tiene lugar el 17 de julio y que transita por las principales calles y avenidas de la ciudad. Posterior al desfile, inician las festividades, destacándose en ellas las festividades religiosas, las cuales son realizadas en la Catedral de Santa Ana principalmente; al igual que distintas actividades para el disfrute de la familia, en especial el campo de la feria. También podemos disfrutar de una verbena la cual se inicia el 25 de julio en 25 calle. También tienen lugar ferias dedicadas a la ganadería, al dulce local y artesanía. (Landaverde Granadino, 2019)

Durante el transcurso de las Fiestas Julias se realizan encuentros deportivos, misas, desfiles, exposiciones musicales, artísticas y fiestas organizadas por una determinada institución (como la policía, la fuerza armada, las cooperativas, la procuraduría general y los bomberos); asimismo se desarrollan eventos en lugares de importancia económica como los mercados.

Las fiestas terminan el 26 de julio (día en que el santoral católico tiene destinado a Señora Santa Ana), donde ocurre la procesión de la imagen de la Señora Santa Ana por las principales calles y avenidas de la ciudad.

b) Composición Musical

Tomar un punto de referencia respecto al inicio de la música en Santa Ana resulta complicado debido a la falta de documentación confiable. Ciertamente, ha existido una gran cantidad de agrupaciones musicales populares a lo largo del tiempo, en especial en el período de las «La Nueva Ola en El Salvador»; sin embargo, dicha época, estuvo caracterizada por hacer adaptaciones u arreglos que ya eran un éxito de agrupaciones inglesas; por lo cual no reúne los requisitos para que forme parte del patrimonio musical de la localidad. Es por lo anterior, que el equipo investigador finalmente estimó que en ciertos períodos del Siglo XX es cuando tuvo mayor apogeo la música santaneca tradicional que reúne los requisitos, para que forme parte del patrimonio musical de la localidad.

A continuación, presentamos la siguiente lista de músicos, conforme a ciertas características que el equipo investigador detallará en los apartados posteriores:

David Granadino

David Granadino (1876-1933), originario del departamento de Santa Ana y reconocido por ser de los compositores más importantes que han surgido en Centroamérica (Monroy M., 2018). Entre sus creaciones está su primer vals «El pirulí» el cual compuso para ser aceptado en la Academia de Música. Posterior a ello, creó valeses como: Reminiscencias, Ismenia, Bella natividad, Dora, Toñita y Bajo el almendro; también, es compositor de varios tangos, entre algunos de ellos: Por una mirada, Gloria, Honor cuscatleco, Bella como las flores, Los pimpollos, Club atlas y Club salvadoreño (Ayala et al., 2019). De todas las piezas musicales mencionadas anteriormente, la obra de «Bajo el almendro» es considerada símbolo identitario santaneco, ya que además de ser enseñado en todas las escuelas del departamento, también se reproduce en todo ámbito de la vida pública que se realiza en la segunda ciudad más importante El Salvador (Monroy, 2018).

Francisco Palavicini

Francisco Palavicini (1912-1996), conocido artísticamente como «Paquito Palavicini» originario del departamento de Santa Ana, fue director, compositor y arreglista salvadoreño, quien es reconocido por ser el creador del género musical salvadoreño llamado «Xuc» (Ayala

et al., 2019). La forma en cómo lo creó se resume en que Palaviccini hizo apuntes en cuanto a la línea rítmica (seis por ocho) que le sirvió de base para crear el ritmo «Xuc», el nombre proviene del instrumento «Juco», que al sobarse el cordel y la varita encerada emiten un sonido «XUC, XUC, XUC» (Monroy, 2018). Es decir, que su música era un vals tocado a una gran velocidad. Entre sus composiciones se destacan: El carnaval de San Miguel, Adentro Cojutepeque, Santa Ana mía, El café de mi tierra, El Xuc, Cocotero sonsonateco, El torito, El Candelareño, Zacatecoluca, entre otras (Ayala et al., 2019). La peculiaridad es que, entre sus letras y ritmos está el sentir idiosincrático que caracterizaba a cada lugar. En 1992, fue nombrado Hijo Meritísimo de El Salvador, por la Asamblea Legislativa de El Salvador, en reconocimiento a su carrera musical (Ayala et al., 2019).

Francisco Antonio Lara Hernández

Francisco Antonio Lara Hernández (1900-1989) conocido artísticamente por «Pancho Lara», originario de Santa Ana. Fue un músico y compositor que se caracterizó por crear música costumbrista salvadoreña en la época del siglo XX (Pancho Lara, s.f.). Entre su colección musical, se encuentran registradas 205 canciones y 24 prosas poéticas. Entre algunas de sus piezas musicales más reconocidas se encuentran: Las cortadoras, Chalatenango, El pregón de los nísperos, El Carbonero. Sin embargo, ante la falta de una ley de protección de derechos de autor, ocurrió que, las personas tomaban las canciones para interpretarlas y omitían en sus ejemplares que eran de su autoría (Pancho Lara, s.f.).

El 23 de junio de 1989, la Asamblea Legislativa declaró a Pancho Lara como «hijo meritísimo de la República de El Salvador» como un homenaje póstumo en reconocimiento sus obras (Pancho Lara, s.f.).

2.3 Colindancias de Santa Ana

Santa Ana, se localiza en la zona occidental de El Salvador, al norte limita con Texistepeque y Nueva Concepción, al sur con Izalco, al este con San Pablo Tacachico, Coatepeque, El Congo (en gran parte por el Lago Coatepeque) y al oeste con Chalchuapa, San Sebastián Salitrillo, El Porvenir y Candelaria de la Frontera.

2.4 Caracterización del Municipio de Santa Ana

Superficie y Población

Santa Ana tiene una superficie de 400.05 km una densidad demográfica de 686.99 habitantes/km, una tasa de crecimiento poblacional geométrica de 1.66 habitantes y un total de población proyectada por la Dirección General de Estadísticas y Censos, para 2007 de 279, 435 habitantes.

Según el mapa de pobreza, en cuanto a la condición de pobreza y marginalidad Santa Ana se ubica en una condición baja. Servicios de Salud y Saneamiento Básico. La cobertura del sistema de agua potable para el Municipio de Santa Ana es de un 95% en el Área Urbana y de un 65% en el Área Rural.

La recolección de basura cuenta con un 85% de cobertura en el Área Urbana y 62% en el Área Rural. En cuanto a la cobertura en letrinas, se tiene que el Área Urbana cuenta con un 99% de cobertura, mientras que la rural posee un 87%.

Industria y Comercio

Entre las industrias agrícolas sobresalen: el beneficiado de café (en crisis durante los últimos años). Entre las mecanizadas: la industria del calzado, productos de hule, abonos orgánicos y forraje, alimentos enlatados, artículos de cuero, industria de la panificación, textiles, industria del hierro en la fabricación de herramientas agrícolas, entre otros. En el comercio local existen centros comerciales como: metrocentro, supermercados, mercados municipales, agencias bancarias, agencias de viajes, gran variedad de restaurantes y tiendas.

La comercialización, se realiza con las cabeceras departamentales y municipios vecinos. El comercio internacional se realiza con Guatemala y otros países fuera del área centroamericana.

Clima

Tiene un clima fresco, pertenece al tipo de tierra templada y tierra fría, con temperaturas promedios de 18° y 34° centígrados.

Vegetación

La flora del municipio está constituida por bosques húmedos, subtropicales y frescos y bosques muy húmedos.

Sitios Turísticos

Lago Coatepeque, Parque Sihuatehuacán, Apanteos, Apachancal, Cerro Tecana y Cerro Verde, Parque Los Andes y Cráter del Volcán de Santa Ana y otros lugares naturales.

Sitios Arqueológicos

Barrio Santa Lucía y Cantón Ayuta, por sus vestigios de asentamientos precolombinos y recursos hidrográficos de antigüedad.

Suelo

Los tipos de suelos que predominan son: latosoles arcillo rojizos, alfisoles (fases de cenizas volcánicas profundas de ondulaciones a fuertemente alomadas), grumosoles, litosoles y latosoles, arcillo rojizos (valles interiores), litosoles, regosoles y entisoles (fase ondulada o montañosa muy accidentada).

Rocas

Abundan los materiales piroclásticos, los sedimentos volcánicos de tríticos con materiales piroclásticos y corrientes de lava intercalada con interrelaciones de material piroclásticos y lavandesíticas y basálticas. (Ayala Criollo, 2019)

2.5 Antecedentes históricos de la Identidad

2.5.1 Definición de Identidad y Cultura

El concepto de identidad se presenta como una explicación de lo interno y su enlace con el contexto; se hace evidente entonces, que desde el principio de la vida existe una intrincada relación entre el desarrollo interno y el medio ambiente, es decir, existe una caracterización del acoplamiento de la capacidad del individuo para relacionarse con un espacio vital cada vez

mayor de personas e instituciones por una parte y, por la otra, la participación de estas personas e instituciones para hacerle partícipe de una preocupación cultural presente:). (Andes, 2004)

Es por esta razón que, “la identidad se entiende en una dimensión antropológica por estar enmarcada en la atmósfera cultural del medio social global y en una dimensión sociológica por tratarse de una construcción que emerge de las relaciones entre individuos y grupo...” (Andes, 2004). La identidad se desarrolla dentro de pautas culturales e históricas, tradicionales o no, dentro de dinámicas de conflicto, con un período evolutivo propio, con un pasado, un futuro, con un conjunto de significaciones y representaciones que son relativamente permanentes. Es decir, la identidad no es fija ni estática, “cambia, se transforma, guardando siempre un núcleo fundamental que permite el reconocimiento de sí mismo colectivo y del yo en nosotros”. (Montero, 1987:77).

Está entre lo individual y lo social, y no se puede separar individuo del grupo; no se puede hablar de cambio o progreso individual sin hablar de cambio social y es por ello, que las crisis de identidad individual y las crisis en el desarrollo histórico generalmente están unidas y contribuyen a explicarse mutuamente. Así pues, el proceso de formación de la identidad se origina tanto interiormente como por fuerzas externas que cambian según cambie la sociedad y las instituciones insertas en ella. Como explica Klapp (1973), en las sociedades modernas se presenta un problema de identidad porque se posee mucha información (impresa y tele comunicada), y en toda esa información hay muy poco que pueda llamarse “mío” o “nuestro”. Se hace deficiente la relación de carácter personal con el “nosotros”.

Los conocimientos son informativos y no identificativos y por lo tanto no propician cohesión grupal. “Los conocimientos objetivos son neutrales, no toman en cuenta las personas ni tampoco los sentimientos, tienen un contenido más bien concreto que poético. Lo contrario ocurre con los conocimientos identificativos, estos sí crean un sentimiento de cohesión, meten a la persona dentro del contenido” (ídem: 27), aunque el contenido no esté siempre referido a aspectos positivos.

Así también, la identidad tiene que ver más con lo descriptivo que con lo prescriptivo. “El concepto de identidad nos lleva a comprender cualitativamente diferente y con profundidad” (Etking y Schvarstein, 1992) su formación en una realidad. Y para identificarse hay que comunicarse, transmitir mensajes y hacerse identificar por determinados conjuntos sociales,

porque el fin último “... de la noción de identidad es diferenciar” (Costa, 1993). Se puede decir que identidad es un dilema entre la singularidad de uno(a) mismo(a) y la similitud con los otros. La identidad puede expresarse como el propio ser, el ente, lo que es, lo que existe más su entidad, su esencia, forma y valor. Bajo este marco, podrá afirmarse: Identidad es la expresión de un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás.

Por otra parte, la palabra cultura proviene de la palabra *cultūra*, Latín (L), cuya última palabra trazable es *colere*, L. *Colere* tenía un amplio rango de significados: habitar, cultivar, proteger, honrar con adoración. Eventualmente, algunos de estos significados se separaron, aunque sobreponiéndose ocasionalmente en los sustantivos derivados. Así, 'habitar' se convirtió en *colonus*, L. de colonia. 'Honrar con adoración' se desarrolló en *cultus*, L. de culto. Cultura tomó el significado principal de cultivo o tendencia a (cultivarse), aunque con el significado subsidiario medieval de honor y adoración. Por ejemplo, en inglés cultura como 'adoración' en Caxton (1483) -La forma francesa de cultura fue *couture*- francés antiguo- la que se ha desarrollado en su propio significado especializado y más tarde *culture*, la que para el siglo XV temprano pasó al inglés.

Por lo tanto, el significado primario fue labranza: la tendencia al crecimiento natural. En castellano la palabra cultura estuvo largamente asociada a las labores de la labranza de la tierra, significando cultivo (1515); por extensión, cuando se reconocía que una persona sabía mucho se decía que era "cultivada". Según una fuente (2), es solo en el siglo XX que el idioma castellano comenzó a usar la palabra cultura con el sentido que a nosotros nos preocupa y habría sido tomada del alemán *kulturrell*. Si bien es posible pensar que nuestra preocupación por conocer el concepto "cultura" desde las ciencias sociales proviene más bien de la fuerte influencia que el saber norteamericano ha tenido sobre nuestra propia cultura hacia las décadas de los 50 y 60.

2.5.2 Elementos visuales que generan identidad en la ciudad de Santa Ana

El patrimonio cultural, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), “es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el

presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio”. De ahí la importancia de conocer y preservar esa riqueza.

La cultura visual cobra vital importancia por ser el referente de una identidad social, propia de cada pueblo; y que puede ser transmitida de generación en generación. En efecto, los elementos culturales presentes en cada ciudad representan la razón de su existencia; y su estudio, preservación y divulgación es compromiso de todos los actores sociales.

En relación a la importancia de los distintos elementos que conforman el patrimonio cultural, Llull Peñalba (2005) argumentaba que el valor que se les atribuye va más allá de su antigüedad o su estética, dice: “La función referencial de los bienes culturales influye en la percepción del destino histórico de cada comunidad, en sus sentimientos de identidad nacional” (p. 181). Por su parte, García (1998) opina que “una idea clave en la legislación sobre el patrimonio es la de su relación con la identidad. La asociación entre identidad y patrimonio, a nivel temático es una constante legislativa, si bien no siempre se explicita conceptualmente esa relación”; y hace referencia a la ley española sobre patrimonio, en donde no se menciona el concepto de identidad.

Por el contrario, la legislación salvadoreña sobre patrimonio cultural sí hace alusión a la identidad al afirmar que “los bienes culturales, expresan las tradiciones de nuestro pueblo y que configuran el fundamento y razón de ser de la identidad e idiosincrasia de los salvadoreños” (II Considerando de la Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural de El Salvador). En la actualidad, Santa Ana es considerada una de las principales ciudades de El Salvador por su extensión territorial, su cantidad de habitantes, su agricultura, riqueza cultural y otra serie de elementos que la distingue de otros lugares del país.

La riqueza cultural tangible que posee Santa Ana se evidencia en sus calles y avenidas; su centro histórico es considerado de los más representativos del país debido a la gran cantidad de edificaciones de connotada arquitectura en un mismo lugar, además posee parques con diferentes elementos que generan identidad a la población como resultado de costumbres y tradiciones o aspectos socioculturales; asimismo, existen una serie de monumentos ubicados en diversos puntos de la ciudad que ofrecen un testimonio histórico, entre ellos se pueden mencionar El Casino Santaneco, El Cañón, Catedral de Santa Ana, Parque Colón y El Teatro Nacional.

Por lo general, existe una tendencia a intuir que la población de Santa Ana reconoce cada elemento cultural y conoce además cuáles son los acontecimientos o hechos en torno a ellos. Pero es de suma importancia pasar de una simple suposición a contar con información fehaciente que dé con certeza los datos que determinen cuál es la percepción de la población de Santa Ana sobre los diferentes elementos culturales visuales. A partir de ahí, las diferentes instituciones que promueven la cultura en la ciudad pueden también implementar planes de trabajo en relación con lo que realmente la población piensa.

La clasificación de patrimonio, en referencia a la ciudad de Santa Ana son 139 elementos culturales visuales que generan identidad en la ciudad. Leida Guadalupe Monterroza-Matute, pp. 136-141, Revista entorno, junio 2019, número 67, ISSN: 2218-3345 siendo destacada o señalada en primer lugar, la catedral de Nuestra Señora de Santa Ana, o simplemente catedral de Santa Ana, como la más reconocida por la población; en segundo lugar, los entrevistados mencionaron el Teatro de Santa Ana. En la categoría Otros, se agruparon elementos culturales que obtuvieron un porcentaje de mención inferior al 5 %, como la alcaldía municipal de Santa Ana, el parque Libertad, El Cañón y el Casino Santaneco, entre otros.

El reconocimiento de estos elementos culturales visuales, son desde ya los más importantes y valorados por la población como aspectos de identidad local y parte la riqueza histórica que la ciudad tiene como características principales en su centro histórico, lo que indica que existen aspectos locales que se pueden fortalecer para crear una estrategia de identidad local que conecte con el territorio, las personas y sus actividades.

2.6. Contexto del Desarrollo

2.6.1 Origen Histórico del Concepto de Desarrollo

El concepto de desarrollo evoluciona con el tiempo de acuerdo a diferentes factores, por ejemplo, Gustavo Esteva (1996), expresa que en lenguaje ordinario “el desarrollo describe un proceso a través del cual se liberan las potencialidades de un objeto u organismo hasta que alcanza su forma natural, completa, hecha y derecha”. A partir del siglo XVIII, es la Ciencia de la Biología la que empieza a utilizar el concepto de “desarrollo” para referirse a la evolución natural de los seres vivos, este uso del concepto desarrollo se relaciona estrechamente con el

concepto de “evolución” (Darwin, 1859, citado por Rodas, et al, 2006), según el cual el proceso lleva hacia una forma cada vez más perfecta.

Ya en el año 1708, Justus Moser aplicó el concepto de desarrollo a los procesos sociales, incluyendo la interpretación de estos procesos como naturales. Para Herder (Rodas, et al, 2006) “los procesos sociales-históricos eran tan naturales como los biológicos; ambos eran variantes del desarrollo homogéneo del cosmos, creado por Dios. A partir del siglo XIX se empezó a hablar del auto desarrollo (ya sin la guía divina) reconociendo a los seres humanos como sujetos y autores de su propio desarrollo. Se llega a definir una especie de “Darwinismo socio histórico”. Este significado ha influenciado mucho en la justificación de la nueva ola de colonización. (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85)

Es sintomático que ya en 1860, una enciclopedia alemana afirmaba que el concepto de desarrollo se aplicaba a casi todo lo que los seres humanos hacen y conocen. A inicio del siglo XX apareció el término “desarrollo urbano” como concepto vinculado a la Revolución Industrial que necesitaba espacios urbanos de concertación de mano de obra. Planteaba la responsabilidad de garantizar para los nativos en las colonias, niveles básicos de nutrición, salud y educación. En resumen, el mandato colonial era el desarrollo. (Ibíd)

A partir del discurso de toma de posición del presidente Truman, 20 de enero de 1949, se inició una verdadera “era de desarrollo”. Ese día nació también el “subdesarrollo” (es decir todos los países que aún no hubieran alcanzado el desarrollo de los Estados Unidos), en relación estricta con el “desarrollo”. El mundo industrializado tenía la obligación del estimular el crecimiento económico del mundo “subdesarrollado”. (Ibíd)

El camino estaba marcado: modernidad, inversión de capital, industrialización, urbanización, nuevas tecnologías. Este planteamiento respondía a la vez a una estrategia geopolítica para evitar que los subdesarrollados se relacionaran con el bloque Soviético.

Desde ese momento surgieron organizaciones internacionales como: FMI, BM, FAO, UNESCO, OMS, OIT, CEPAL y luego PNUD. Todo esto significaba una tierra fértil para la construcción de sucesivas teorías de desarrollo, tanto al servicio de la legitimación del poder económico desde el primer mundo (USA, Europa y Japón), como motivación para lograr adecuaciones y hasta cambios profundos en los procesos históricos de la segunda mitad del siglo XX. (Ibíd)

Como se ha visto, las raíces históricas del uso del concepto “desarrollo” nos hacen comprender que realmente es una palabra que puede expresar diversidad de significados diferentes y hasta contradictorios. Hasta cierto punto se puede decir que durante la segunda mitad del siglo pasado el concepto de desarrollo se ha convertido en una palabra cuyo significado depende del contexto en que se emplea, mientras que está firmemente anclado en el lenguaje diario y técnico.

Para una reflexión más profunda sobre la evolución histórica del concepto de desarrollo, se plantea en el siguiente apartado, las teorías que explican los principales argumentos en los que se basa el desarrollo, desde sus distintos paradigmas.

2.6.2 Teorías del Desarrollo

Para hacer una distinción histórica de las teorías del desarrollo, hemos considerado la siguiente clasificación de acuerdo con el planteamiento de Rodas (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85), quien plantea las siguientes etapas en el pensamiento del desarrollo como teoría:

2.6.3. La Teoría de la Modernización

Esta teoría establece que las sociedades modernas son más productivas, los niños están mejor educados, y los necesitados reciben más beneficios. Se asume que el primer mundo es el modelo para seguir. El tercer mundo tiene que seguir los mismos pasos de desarrollo que los países desarrollados y adoptar los mismos sistemas económicos y políticos, de forma unidireccional siguiendo la teoría del despegue de Rostov, según la cual el incremento de la producción y el consumo de bienes constituyen la esencia del desarrollo (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85). Para lograr el cambio es necesaria la introducción de ideas a generar mejores niveles de vida enfocados desde una visión económica. Esta teoría se formuló a lo largo de los años 50, 60 y 70's y coincide con la nueva configuración política del mundo al desplomarse el colonialismo y al construirse los nuevos países y sus estados -nación.

Durante este periodo se impone la creencia de que los países más pobres son de alguna forma responsables de su propia pobreza. Se marcaba la diferencia entre los países desarrollados y subdesarrollados con métodos de medición cuantitativos.

De esta manera se podía ubicar a cada país en cierto nivel en el continuum evolutivo del desarrollo (Valencia, 2005)

Este paradigma asigna un papel fundamental a la economía y la tecnología y parte de la idea de la necesidad de difundir las innovaciones desde Europa y Estados Unidos, hacia las poblaciones rurales de América Latina, Asia y África, que supuestamente carecen de los conocimientos adecuados para alcanzar el desarrollo. Esta teoría era la expresión de mucha esperanza y de una gran certeza que el desarrollo alcanzado en países como Estados Unidos y Europa se iba a concretar también en el resto del mundo.

2.6.4. La Teoría Estructuralista de la Comisión Económica para América Latina CEPAL

Llamada “Desarrollismo Cepalino” por los ideólogos de las teorías de la dependencia apoya la propuesta de industrializar para superar el subdesarrollo (industrialización sustitutiva de importaciones). Sin embargo, considera que la causa del subdesarrollo está directamente relacionada con la dependencia de la exportación de materias primas y alimentos. Raúl Prebisch (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85) plantea su teoría del deterioro de los términos de intercambio. Se plantea una preocupación por un desarrollo como crecimiento hacia adentro: sustituir al máximo las importaciones por producción nacional, incrementar la producción de alimentos y materia prima para poder importar lo exigido por la industrialización, una participación importante de los gobiernos nacionales en la estrategia y, posteriormente, la incorporación de cambios estructurales como la Reforma Agraria.

2.6.5. La Teoría de la Dependencia

Esta teoría plantea que el subdesarrollo está causado precisamente por las relaciones de vinculación de los países del tercer mundo con la economía mundial, y lo que hay que cambiar son esas relaciones de vinculación y las relaciones internas de explotación. La teoría de la dependencia cuestionó el desarrollo capitalista, pero no el desarrollo mismo, y postuló un desarrollo socialista, o desarrollo con equidad.

Algunos de sus autores principales como Theotonio Dos Santos y André Gunder Frank plantean lo siguiente:

- A pesar de ser un proceso general en todos los países del tercer mundo, reconoce las particularidades de países y regiones.

- Además del aspecto económico, incluyen también las dimensiones políticas, ideológicas, sociales y culturales. Son más críticos y analíticos que propositivos.
- Desarrollo y subdesarrollo son las dos caras de una sola realidad.
- La dependencia externa genera sus condiciones internas de funcionamiento y se reproduce internamente.
- La dependencia genera que unos países se desarrollen y otros se subdesarrollan, lo que se reproduce en las regiones dentro de los países.
- Hablan de la dependencia comercial, financiera, tecnológica y cultural.

Las teorías de la dependencia se enfrentan a lo que Sotelo (2005) llama neodesarrollismo y endogenismo, para luego encararse al neoliberalismo. En el neodesarrollismo las burguesías nacionales retoman el cepalismo como alternativa.

Creen profundamente en las condiciones nacionales para garantizar el desarrollo en el contexto internacional y promulgan consignas de promesas de una mejor distribución de los ingresos. El endogenismo, es la expresión teórica de la estrategia de realizar la revolución democrática burguesa que a partir de etapas históricas desarrollará plenamente el capitalismo y la revolución pacífica socialista a través de una lucha antiimperialista y democrática. 4(Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85)

2.6.6 La Teoría Post – Estructuralista

Esta teoría tiene a Michel Foucault como una de sus figuras representativas. Se toma en cuenta que la sociedad crea el lenguaje, el significado y la representación. Se valorizan a las comunidades locales, los nuevos movimientos locales, las ONG's y demás productores de conocimientos. Los post –estructuralistas reconocen la importancia del empoderamiento de los actores locales (saberes populares, indígenas, saberes de las mujeres) y vigilan acerca de quién es y cómo se construyen los nuevos discursos y representaciones. Incluyen la modernidad (con la racionalidad científica, tecnológica, económica y mercantil) como parte del problema.

Intentan buscar alternativas a la modernidad que está radicalizándose con la globalización. (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85)

2.6.7. Los Enfoques de Post – Desarrollo

Entre los muchísimos intentos para explorar alternativas de desarrollo vale la pena mencionar lo planteado en América Latina por “Nuestra Propia Agenda” 1990 Este documento defiende la estrategia de priorizar la calidad de vida (el ser) frente al nivel de vida (el tener). Reconoce las consecuencias ecológicas fatales del modelo de crecimiento e identifica factores internos de la crisis del desarrollo; y define el desarrollo sustentable como “un proceso de cambio social en el cual la explotación de los recursos, el sentido de las inversiones, las orientaciones del desarrollo tecnológico y las reformas institucionales se realizan en forma armónica, ampliándose el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas” (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85).

A pesar de los esfuerzos por corregir los errores del desarrollo, estas concepciones siguen adoleciendo deficiencias conceptuales desde las perspectivas económica y ambiental, y desde sus interacciones; y son consideradas como “una prolongación matizada de las estrategias desarrollistas, fundadas en principios economicistas y sin cambios en la racionalidad de la intervención humana en la naturaleza”. Los diferentes intentos por enfocar mejor el concepto “desarrollo sostenible” no superan las limitaciones y problemas del “desarrollo”. (Ibíd)

2.7 Alternativas de Desarrollo

Desde el planteamiento de Rodas (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85) para construir un nuevo paradigma como alternativa de desarrollo el lenguaje es expresión y herramienta de poder. Quien logra proponer de manera convincente a la comunidad (local o internacional), su terminología, sus conceptos, su marco de análisis, define también como se verá la realidad e influye poderosamente sobre las posibilidades de creer en posibles cambios.

El concepto desarrollo con adjetivo o sin él, siempre indica la incorporación de los pueblos atrasados (países, territorios, municipios, etc.), al único proceso posible. Habrá que pensar en una nueva forma de entender la vida: una vida digna, de calidad, respetando y valorando la voluntad de los pueblos, así como su diversidad y pluralidad cultural. Una vida, en definitiva, que conduzca a felicidad de los individuos y de los pueblos, una vida de calidad que brota del bien ESTAR y del bien SER de la población. El lenguaje sobre la nueva construcción de vida

será importante para visualizar la novedad y para poder aprender de las riquezas diferenciadas entre culturas y territorios, para poder abrir nuevos horizontes.

Los pueblos mayas nos enseñan que el nuevo paradigma alternativo al desarrollo debe incluir por lo menos elementos importantes como: vida compartida - realmente para todos – armonía con la comunidad y con la naturaleza – que abarca la vida personal, familiar y comunitaria. Del mismo modo, (Ibíd) considera algunos aportes claves de la II Cumbre Iberoamericana por la Descentralización del Estado y el Desarrollo Local, celebrada en San Salvador del 20 al 22 de julio del 2005, tales como:

1. Políticas nacionales de descentralización, elaboradas desde y con los niveles de gobierno y los actores en los territorios relacionados.
2. Transferir las competencias y los recursos necesarios hacia los gobiernos locales.
3. Facilitar y apoyar la gestión financiera para los procesos locales para que haya capacidad de superar los equilibrios territoriales.
4. Fortalecer las capacidades técnicas para una administración moderna en los municipios, incluyendo el desarrollo institucional.
5. Promover activamente la participación ciudadana en espacios y mecanismos de consulta y deliberación local.
6. Estimular la creación de iniciativas económicas (privadas, sociales, públicas) desde las necesidades del sistema de territorios.
7. Garantizar la inclusión dinámica de sectores históricamente excluidos por su género, etnia, condición social, edad o situación migratoria para que sean actores tanto en su territorio como en los procesos de integración.

En el caso de El Salvador, la gestión y el surgimiento de alternativas al desarrollo no será un proyecto ni a corto, ni a mediano, sino a muy largo plazo. Para ello, los autores del documento “Desarrollo: ¿Paradigma recuperable o paradoja?”, en búsqueda de nuevos paradigmas para “OTRO MUNDO ES POSIBLE”, plantean pistas que pueden acercarnos a un tipo de desarrollo más de acuerdo a nuestras comunidades y grupos culturales.

Se debe fomentar y fortalecer la perspectiva de esperanza de “Otro mundo es posible” hasta llegar a una actitud creativa de resistencia. “Las aspiraciones de la gente son necesariamente

inmateriales, intangibles, relacionadas con una sociedad más justa, más diversa, más integrada, más humana y segura,” (Ibíd).

Por otro lado, se deben articular iniciativas y alternativas nuevas en la superación del aislamiento territorial, en la absoluta necesidad de crear y fortalecer redes que permitan crear sinergias, aprender unos de otros y actuar de manera conjunta. Del mismo modo se deben construir procesos participativos de gobierno local, de planificación participativa del futuro, así como, se debe iniciar y consolidar los procesos de formación – organización de los diferentes sectores y sus integraciones horizontales.

Desde otra perspectiva también se visualizan retos en la formación y acompañamiento de las personas (con su historia, sus heridas, sus esperanzas, sus frustraciones y logros, sus limitaciones y potencialidades) en los diferentes procesos.

Aprendizaje en manejo y gestión de conflictos (personales, familiares, comunitarios, en organizaciones). No puede dejarse de lado la visión del manejo crítico de los proyectos que son gestionados por las ONG´s, gobiernos locales y las instancias nacionales.

Estos proyectos pueden ser verdaderas oportunidades si fomentan la formación de la gente (formación concientizadora, formación para la reinserción, formación para la movilización y organización social); además los proyectos tienen que vivirse como un ejercicio democrático de participación (en investigación, diseño, gestión, ejecución, monitoreo, evaluación); y finalmente deben construir relaciones con otras instancias, otros actores, otros sistemas y otros territorios.

Habrá que enfocar los proyectos no sobre la base de solventar necesidades (aunque siempre habrá necesidades que solventar), sino alcanzar el nivel mínimo para vivir con dignidad, porque las personas son portadoras de derechos. Habrá que transformar esos proyectos para que las personas “beneficiarias” dejen de serlo y sean de verdad los sujetos de su propia vida, para que participen activa y permanentemente en la toma de decisiones que afectan a sus vidas. Habrá que respetar, proteger y satisfacer sus derechos de tal forma que se conviertan en actores y sujetos de su propia historia. Habrá que fomentar la equidad de género, la educación desde abajo, apostar por vivir en armonía con la naturaleza y con los vecinos, por la cultura del respeto, la tolerancia, el dialogo, la solidaridad. Habrá que aprender a construir ese “Otro mundo es posible”.

2.8 El Concepto de Desarrollo

De acuerdo a Súnkel (1980) (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85) el concepto de desarrollo se concibe como proceso de cambio social, al referirse a “un proceso deliberado que persigue como finalidad última la igualación de las oportunidades sociales, políticas y económicas, tanto en el plano nacional como en relación con sociedades que poseen patrones más elevados de bienestar material”.

Asimismo, Súnkel (Ibíd.) plantea, el enfoque de desarrollo “implica el uso de un método estructural, histórico y totalizante, a través del cual se persigue una reinterpretación del proceso de desarrollo de los países latinoamericanos, partiendo de una caracterización de estructura productiva, de la estructura social y de poder derivada de aquélla; de la influencia de la estructura social y de poder sobre la política económica y social, y de los cambios en las estructuras productivas y de poder derivados de las transformaciones que ocurren en los países centrales y en las vinculaciones entre esos países y los periféricos”.

Al tratar de comprender el complejo significado del concepto de desarrollo, se vuelve necesario hacer referencia al planteamiento de Fernando Durán en su obra: Paradigmas Sociológicos del Desarrollo. (Ibíd). Durán señala que el paradigma de los aspectos sociales del desarrollo económico descansa sobre un enfoque metodológico muy general, que combina los supuestos evolucionistas con una técnica comparativa. Se parte del contraste de sociedades que se encuentran en diferentes etapas del desarrollo en el entendido que las naciones que hoy día se consideran avanzadas tuvieron en su momento características similares a las que pueden encontrarse actualmente en las naciones más atrasadas.

De acuerdo a la manera en que Durán interpreta tal planteamiento, el progreso económico debe conducir a las sociedades subdesarrolladas contemporáneas a alcanzar la situación de los países ya industrializadas.

Según este paradigma, el desarrollo se considera, así como un proceso marcado por etapas que las naciones deben ir cumpliendo. Esas etapas son niveles distintos de desarrollo económico, pero suponen también formaciones sociales diferentes.

Las sociedades desarrolladas y no desarrolladas difieren así no sólo en su nivel de progreso económico, sino también en sus características sociales. En cuanto a las dimensiones culturales que intervienen en el paradigma de los aspectos sociales, Durán enfatiza que “el paradigma

expresó con mucha claridad y vigor, la idea que el progreso económico –entendido como desarrollo económico o como industrialización- no puede obtenerse si se ignora la acción de múltiples factores sociales que intervienen en ese proceso; las políticas estrictamente económicas, por consiguiente, no bastan para promover ese avance”.

En el análisis del paradigma de la modernización, (Ibíd), hace referencia a procesos de cambio socioetal. El desarrollo que es el más general o amplio, consiste en la proliferación e integración de roles funcionales en un sistema social.

Para Apter (Ibíd.), la modernización que es un caso particular del desarrollo implica tres condiciones:

- a) Un sistema social que pueda innovar constantemente sin desmoronarse y que incluya entre sus creencias esenciales la aceptabilidad del cambio.
- b) Estructuras sociales diferenciadas y flexibles.
- c) Un marco social que proporcione las habilidades y conocimientos necesarios para vivir en una sociedad tecnológicamente avanzada.

Para Águila (2004) (Ibíd), la teoría del desarrollo no sólo trata de la asignación eficiente de los recursos que se tienen, sino además de los mecanismos necesarios para lograr mejoras rápidas, al menos en términos históricos y a gran escala en los niveles de vida de los pueblos; dichos mecanismos pueden ser económicos, sociales e institucionales (públicos y privados).

Por tanto, la economía del desarrollo se ocupa de los procesos políticos y económicos que son necesarios para desencadenar de forma rápida ciertas transformaciones estructurales e institucionales de sociedades enteras de manera tal que la mayoría de la población pueda disfrutar del progreso económico.

Elementos esenciales de la economía del desarrollo son el papel que desempeña el Estado, la planificación económica coordinada y las políticas nacionales e internacionales. Según Águila (2004), se debe entender el desarrollo como el conjunto de transformaciones que hacen que el sistema social, ajustado a las necesidades básicas ya los deseos de los individuos y los grupos sociales que lo componen evolucionen desde unas condiciones de vida que todos perciben como insatisfactorias hacia otra situación en que las condiciones materiales y espirituales de vida sean mejores.

Podría decirse que el crecimiento económico conduce al desarrollo y para que así sea el crecimiento debe tener lugar en ramas o secciones claves que garanticen la continuidad y el auto sostenimiento de los niveles de actividad económica y los ingresos o beneficios que de él se derivan, deben distribuirse de acuerdo con un patrón de equidad que evite la marginalidad de los sectores de la población.

En términos de comunidad, el desarrollo puede concebirse como un movimiento que tiene el fin de promover el mejoramiento de la vida de toda la comunidad, con su participación y, en la medida de lo posible, que esta iniciativa provenga de la propia comunidad, este concepto fue puesto en circulación en los Estados Unidos en 1947, aunque ya había sido utilizado por el gobierno inglés en 1942.

En los años siguientes se enunciaron nuevas definiciones, como por ejemplo en 1956 donde se entendía por desarrollo de la comunidad el proceso a través del cual los esfuerzos del propio pueblo se unen con los de las autoridades gubernamentales, con la finalidad de mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de la comunidad, incorporar dichas comunidades en la vida nacional, y capacitarlas para contribuir plenamente en el progreso del país (Ibid.).

Las Naciones Unidas (PNUD, 1995), emitió una definición que está vigente en la actualidad: "Desarrollo de la comunidad es el proceso por el cual el propio pueblo participa en la planificación y en la realización de los programas que se destinan a elevar su nivel de vida. Eso implica la colaboración indispensable entre los gobiernos y el pueblo, para hacer eficaces esquemas de desarrollo, viables y equilibrados".

De acuerdo con el planteamiento anterior, nos encontramos ante un proceso de desarrollo que debe involucrar diversos actores, que no sea determinado por decisiones del Gobierno, sino por el Estado en coordinación con la ciudadanía.

Para ello, es necesario planificar y orientar la inversión pública en dirección de un desarrollo ampliamente participativo. (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85) advierte, que, llevado a nuestra comunidad, "el desarrollo tenemos que verlo como un complejo proceso progresivo encaminado a lograr el desarrollo de esta y utilizando sus recursos endógenos para mejorar las condiciones existentes tanto económicas como sociales, despertando en los pobladores la capacidad para resolver sus propios problemas, contando con el apoyo del Estado, pero no dependiendo de él,

sino logrando que los ciudadanos se encuentren impulsados mediante su participación en una acción individual y comunal, a resolver lo que está al alcance de sus posibilidades”.

Para la Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE, 2003), el concepto de desarrollo tiene una connotación multidimensional, el cual tiene como objetivo básico la producción de riqueza y bienestar para la mayoría de las presentes y futuras generaciones. Según la concepción anterior, esto marca de entrada una profunda diferencia con las concepciones predominantes del desarrollo que convierten en fines en sí mismos algunos aspectos como el crecimiento económico, la modernización, la generación de beneficios o la inserción en el mercado mundial.

En este caso, para FUNDE (2001), el concepto de desarrollo no parte de un modelo predeterminado; se cimienta en las metas de largo plazo de una sociedad: riqueza y bienestar.

Por su parte, el PNUD (1995), plantea que el objetivo del desarrollo humano no es sólo producir el bienestar y la riqueza para las generaciones presentes sino también para las futuras.

Asimismo, (Cuervo, 2007) considera que planificando el desarrollo bajo la concepción multidimensional y pensando en las futuras generaciones, algunos países de América Latina (específicamente, el caso de Brasil) realizó fuertes inversiones en ciencia y tecnología, de las cuales sus beneficios son evidentes después de un largo proceso, mientras otros preocupados por las generaciones presentes (el caso de México y Centroamérica), se olvidaron de la inversión en desarrollo a largo plazo. (al, El Desarrollo Sostenible Humano Local, Marzo 2019), describen el objetivo del desarrollo como que su fin es “colaborar, por medio de la implementación de los proyectos de inversión social entre los grupos más pobres y vulnerables del país, a mejorar el nivel de ingresos y calidad de vida, consolidando el ejercicio de los derechos ciudadanos, especialmente de los más necesitados...”

2.9 Perspectivas del Desarrollo

De igual manera, señalan que el concepto de desarrollo varía según la perspectiva con que se visualice, dicha de otra manera, la teoría en la que se sustentan, así:

- **Perspectiva Económica**

Para Montoya (al, Economía y Desarrollo, 2004), es aquella que se inicia después de la Segunda Guerra Mundial, valorando el desarrollo asociado al crecimiento económico fruto de un proceso

de industrialización.

- **Enfoque de las necesidades básicas**

Surge como respuesta a los cuestionamientos efectuados al planteamiento del desarrollo como crecimiento económico y el Producto Interno Bruto (PIB) y per cápita como indicadores principales, hasta definir el concepto de bienestar no monetario, sino basado en indicadores sociales como: existencia, salud, educación, nutrición, cultura, vivienda, saneamiento ambiental, etc.

- **Desde el desarrollo humano**

El PNUD, en su Informe de Desarrollo Humano (1990) lo considera como un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano, que en principio pueden ser infinitas, pero cambiar en el tiempo. (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85), “no hay una teoría sobre desarrollo local, sino teorías del desarrollo que difieren entre ellas en el modo de ver lo local”.

2.10 Enfoques del Desarrollo

Básicamente, las teorías del desarrollo, según (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85), comprenden los enfoques siguientes:

a) Enfoque evolucionista

Este enfoque se basa en el conocimiento que debe caracterizar al sujeto para alcanzar el “punto de llegada” en el proceso de la evolución. El punto de llegada marca la referencia que motiva la determinación de los criterios a seguir para avanzar en el proceso evolutivo. Así, los países industrializados apostaron a las sociedades industrializadas como punto de llegada, y fueron implementando estrategias sustentadas en un modelo socio-económico siguiendo un proceso evolutivo.

Todo esfuerzo fuera del movimiento universal hacia el modelo o punto de llegada es considerado un freno al progreso y las tradiciones locales son vistas como obstáculo a la introducción de técnicas portadoras de desarrollo, según el evolucionismo del desarrollo.

b) Enfoque historicista

Subraya que cada proceso es único y nuevo, por lo que lo esencial es el punto de partida el cual es necesariamente diverso. Se destaca las fortalezas nacionales y las oportunidades regionales

considerando el éxito del proceso como resultado de la capacidad de los actores en la toma de decisiones y el aprovechamiento de las condiciones y oportunidades de la región o país, por lo que es necesario valorar los factores de determinación que apuntan al pasado como punto fundamental de referencia.

El enfoque historicista le apuesta a la formación, desarrollo y defensa de las identidades nacionales y locales, tratando de encontrar en el interior de cada sociedad los desafíos de su propio desarrollo.

c) Enfoque estructuralista

Plantea un proceso sistemático cuyos componentes son interdependientes. Y tal como afirma (Ibíd) “la determinación fundamental no proviene de una ley evolutiva ni de la profundidad de la historia sino de la racionalidad de un sistema...”

Desde esta perspectiva, se coincide con (Docampo, 2007), en el sentido que el país se mueve en el orden del enfoque evolucionista, al apostarle como punto de llegada a una sociedad industrializada; sin embargo, el camino es trazado por la inversión privada y particularmente de carácter internacional y no por el Estado, en donde la empresa nacional en la práctica lo que está haciendo, al menos en los últimos días es fusionando capitales hasta cierto punto nacionales con las grandes empresas multinacionales, tal es el comportamiento del sector financiero y muy específicamente la situación del Banco Salvadoreño y el Banco Agrícola que se suman a la cadena de la presencia transnacional.

Por otra parte, las empresas dedicadas a la confección o maquila en general, donde las empresas nacionales participan, pero principalmente en la elaboración de partes y no en productos terminados que garanticen un aceptable y justo valor agregado que se transforme en beneficio para las comunidades locales.

Sin embargo, es bajo esta dinámica que se trata de fomentar la creación de trabajo, el desarrollo de la mujer, capacitación y participación ciudadana, la formación académica, la orientación de la niñez, la introducción tecnológica, etc., como apuesta a la apertura socioeconómica de las naciones industrializadas, en tanto el desarrollo venga de afuera y se aproveche de las potencialidades del país.

2.11. Aproximación al Concepto de Desarrollo Local

De acuerdo con la Coordinadora para la Reconstrucción y el Desarrollo (CRD), las teorías del desarrollo han venido tratando el concepto de desarrollo desde la década de los cincuenta se definía el desarrollo en términos del crecimiento medio de la producción per cápita; a partir de los sesenta se conceptualizó como crecimiento con equidad, integrando variables como la distribución del ingreso, empleo, educación, nutrición, entre otros; a partir de los noventa se introduce el concepto de desarrollo sostenible.

Hoy día al definir la concepción y estrategias del desarrollo nacional, se debe plantear como un proceso que posibilite la integración, armonía y compatibilidad del crecimiento económico, el bienestar social, la democracia participativa y la sostenibilidad del medio ambiente.

Por su parte, la Comisión del Sur, define el desarrollo como “un proceso que permite a los seres humanos utilizar su potencial, adquirir confianza en sí mismos y llevar una vida de dignidad y realización. Es un proceso que libra a la gente del temor a las carencias y a la explotación. Es una evolución que trae consigo la desaparición de la opresión política, económica y social” (CRD, 2001).

El verdadero desarrollo es aquel que se concentra en la persona humana, que busca motivar el potencial humano por medio de la mejora del bienestar social, político, cultural y económico de las personas, respetándole su medio y estilo de vida, pero facilitándole herramientas para la satisfacción de las necesidades básicas y la realización de la dignidad humana sin alterar su medio ambiente.

Por tal razón el desarrollo no es únicamente la construcción de carreteras, puertos, aeropuertos, establecimientos comerciales, el acceso a servicios básicos, entre otros aspectos, que, si no tienen de por medio, principio y fin a la persona humana, no es un desarrollo real y tampoco sostenible.

Según la CRD (2001), el desarrollo local debe tener como ejes, un marco jurídico coherente, la autonomía, la descentralización y la participación democrática de la población. (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85) advierte, que antes de analizar qué se entiende por desarrollo local es preciso tener en cuenta qué es la localidad.

En términos de sistema una localidad o sistema localizado es “un conjunto de elementos de interacción dinámica, localizados dentro de los límites de un espacio físico determinado, organizados en función de un fin. El punto de partida es entonces la delimitación del espacio físico que se quiere estudiar”, lo cual, parafraseando a (Ibíd) esto vendría a significar el territorio.

En El Salvador, una localidad, un municipio, constituye, salvo contadas excepciones, un espacio reducido cualitativa y cuantitativamente de cara a un verdadero desarrollo sustentable. De acuerdo con lo anterior, la localidad hace referencia a dos dimensiones: la especificidad que caracteriza a cada municipio y la necesidad de articulación de dichas especificidades.

En ese sentido, Águila (Ibíd), entiende el Desarrollo Local “como un proceso complejo que se genera en un ámbito territorial, donde interviene una sociedad local, pero que también se cuenta con un espacio humano de un ser con intereses y vivencias particulares en un ámbito de relación más inmediato, con creencias y valores que van a retroalimentar lo colectivo desde sus propios aprendizajes, es una alianza entre actores con el fin de impulsar procesos de cambios para el mejoramiento de su bienestar colectivo, en la medida en que logran configurar el patrón de organización que se mantiene a lo largo del tiempo en virtud de haber adquirido ciertas capacidades de mejorar las condiciones ambientales.

Si un sistema es sostenible es también durable ya que es capaz de autoorganizarse, de reproducirse y de autogenerar las condiciones para su continuidad.

En la comunidad es preciso que se articulen los diferentes actores que la integran: las empresas, los sindicatos y otras entidades sociales, y que se encuentren dispuestos a impulsar proyectos colectivos que estén más allá de los intereses particulares o corporativos, o sea que funcionen en beneficio del interés público y del desarrollo de la comunidad como un todo”. Gallicchio (2004) (Ibíd) señala “el desarrollo local como factor de democracia y desarrollo sustentable no surge por casualidad, sino como resultado del estado de cosas anterior, como una ruta diferente y alternativa de desarrollo nacional y regional”.

Asimismo, Gallicchio (2004) (Ibíd) reflexiona que, en relación con el tema del desarrollo, América Latina vive horas dramáticas en relación a los temas que hacen a la generación de empleo y su necesario correlato, la mejora de la calidad de vida. El desempleo no es un

fenómeno nuevo en nuestra sociedad. Lo que hace de él un hecho singular en los últimos tiempos, y de manera creciente, son sus dimensiones y características.

Dicho aspecto lo vuelve una asignatura ineludible para la formulación de políticas que den cuenta de estos. Como se ha planteado anteriormente, también Gallicchio (2004) (Ibíd), advierte que, desde su óptica, el desarrollo local no dispone de un cuerpo teórico propio o autónomo de las “teorías del desarrollo”. Por el contrario, existen diversas teorías del desarrollo que tienen diferentes implicancias en su forma de ver lo local. De ahí, que no es posible el abordaje del tema sin dejar de considerar la centralidad del régimen político, que difiere en una particular relación entre el Estado – Región, o Gobierno Central – Gobierno Local.

El desarrollo local, aparece como una nueva forma de mirar y de actuar desde lo local en este nuevo contexto de globalización. El desafío para las sociedades locales está planteado en términos de insertarse en lo global de manera competitiva, capitalizando al máximo posible sus capacidades por medio de las estrategias de los diferentes actores en juego (Gallicchio, 2004) (Ibíd).

Es sobre todas las cosas, una nueva manera de comprender y construir cada país. Por una parte, se hace visible el territorio completo, todas sus regiones, municipios y comunidades, no sólo como “problemas” o como “fuentes de diversas demandas”, sino también y principalmente como sujetos y generadores de democracia y desarrollo. Es necesario entonces romper con los enfoques que ven al desarrollo local como parte de la reforma del Estado, o asociado a procesos de descentralización que, en definitiva, promueven el empobrecimiento de lo nacional y también de lo local. No entendemos el desarrollo local como compensación ante un “mal desarrollo” nacional, sino como una nueva forma de mirar y hacer.

Algunos de los aspectos que Gallicchio considera claves a la hora de hablar de desarrollo local:

- a) Se trata de un enfoque multidimensional e integrador;
- b) Se trata de un enfoque que se define por las capacidades de articular lo local con lo global;
- c) Se trata de un proceso que requiere actores de desarrollo, que se orienta a la cooperación y negociación entre esos actores. Esto significa que el desarrollo local es un proceso orientado. La cooperación entre actores públicos de diferentes niveles institucionales (locales, regionales, nacionales, internacionales), así como la cooperación entre el sector público y el

privado son aspectos centrales del proceso. Para que éste sea viable, los actores locales deben desarrollar estrategias de cooperación y nuevas alianzas con actores extra locales.

El desarrollo local consiste en crecer desde un punto de vista endógeno, y también obtener recursos externos, exógenos (inversiones, recursos humanos, recursos económicos), así como mejorar la capacidad de control del excedente que se genera en el nivel local. El desafío pasa entonces por qué tanto son los actores capaces de utilizar los recursos que pasan, y quedan, en su ámbito territorial, para mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

De las anteriores consideraciones se concluye entonces que el desarrollo local es al menos un conjunto inseparable de crecimiento, equidad, sustentabilidad, participación, calidad, equilibrio espacial y territorial.

A nivel local, se busca que la ciudadanía produzca crecimiento económico y riqueza, generando y protegiendo al mismo tiempo las mayores oportunidades para las actuales y venideras generaciones, tratando de ampliar y aprovechar al máximo sus capacidades humanas en todas las esferas (económica, política, social, cultural y medioambiental), respetando los sistemas naturales de los que dependen los seres vivos y cuidando la rica base de recursos naturales del territorio.

De acuerdo con FUNDE (FUNDE 2001 pág 41 y 48, 2001), consideramos que el desarrollo local debe orientarse a factores que contribuyen a dinamizar el desarrollo y su puesta en marcha. Al respecto se sostiene que la inversión pública tiene que ir encaminada hacia las siguientes formas de capital necesarias para poner en marcha el proceso de desarrollo local:

- a) Capital humano: abarca todos los aspectos que inciden en la reproducción material y espiritual de la fuerza de trabajo: nutrición, salud, conocimiento, creatividad, recreación, etc.
- b) Capital natural: integrado por los distintos ecosistemas y sus componentes básicos: agua, suelos, bosques, flora, fauna, clima, nivel de biodiversidad, etc.
- c) Capital físico: también lo podemos llamar infraestructural y abarca todos aquellos instrumentos e instalaciones producidas por el ser humano, que intervienen en la creación de riqueza: maquinarias, edificios, herramientas, carreteras, puertos, aeropuertos, tendidos eléctricos, sistemas telefónicos, puentes, ferrocarriles, etc.
- d) Capital financiero: comprende los montos financieros que se adelantan para poner en marcha, dar continuidad o ampliar el proceso de producción de riqueza.

- e) Capital socio-institucional: integrado por el tejido social e institucional: organizaciones sociales, empresariales, ONG's, sindicatos, etc.
- f) Capital tecnológico: constituido por el conjunto de conocimientos científicos y técnicos que dispone la sociedad y por la capacidad de control e implementación que tiene de los mismos.

La inversión en estos capitales, su formación y acumulación es la garantía de la integralidad y sustentabilidad de todo el proceso de desarrollo local. Para Ávalos et al. (2004) (Arcos Palma, 2008, Pag. 46-85), el desarrollo local es un proceso fundamentalmente endógeno territorialmente localizado y multidimensional de crecimiento, acumulación, sustentabilidad, participación, calidad y equilibrio espacial del territorio, donde su fin último es la producción de riqueza y bienestar para las generaciones presentes y futuras de la comunidad como un todo y de cada persona residente en ella.

2.12 Enfoques del Desarrollo Local como Paradigma

Para (Bran y Salamanca L. L., 2006), las sociedades locales modernas debido a la competitividad y de la interrelación mundial de la economía la política y la cultura como expresión de la globalización han adquirido una importancia relevante hasta tal punto que lo local se ha vuelto un punto de análisis central por los efectos que presentan los territorios.

Considerando lo anterior, es posible ubicar diferentes enfoques que divergen en la articulación del eje concatenado, en un proceso de transformación en el cual los territorios (locales) buscan insertarse al ámbito global. Para estos efectos, se consideran tres grandes corrientes:

a) El Desarrollo Económico Local

Éste enfatiza la función del territorio como factor económico en el marco de la reconversión productiva a escala global. Su apuesta fundamental está en el desarrollo endógeno, entendido éste como un proceso de cambio estructural sobre la base del crecimiento. A este respecto, (Bran y Salamanca L. L., 2006), plantea que la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio es un determinante clave para garantizar que el crecimiento conduzca al mejoramiento de la calidad de vida del conjunto de sus habitantes.

En este sentido, la acción de los actores del territorio se centra en la transformación de la estructura productiva con el objetivo de adaptar la producción local a los requerimientos del mercado global.

b) El Desarrollo Local Socio Institucional

Pone el acento en las condiciones sociales e institucionales propias del desarrollo local. Al respecto, la clave fundamental de este proceso radica en la existencia, nivel y articulación del conjunto de factores del desarrollo, maximizando el potencial de cada uno de éstos a través de una orientación política claramente establecida de articulación sistémica.

Sin lugar a duda, este enfoque gira en torno al proyecto político, a la voluntad organizada de los sistemas de actores y a las diferentes formas de capital, tanto material como intangible.

La dimensión institucional es en última instancia la garante que en un territorio existan ámbitos de encuentro, intercambio horizontal y concertación de intereses entre el sistema de actores.

c) El Desarrollo Local desde abajo

Considerando que el punto de partida de los procesos de desarrollo local debe ser el fortalecimiento del sector y de los actores más empobrecidos o débiles de una sociedad local, las políticas de desarrollo local deben orientarse a apoyar las actividades de carácter popular que dependen fundamentalmente de las capacidades de trabajo de este sector (Ibíd).

Desde esta perspectiva las estrategias de desarrollo local deben incentivar desde un enfoque holístico el conjunto de actividades que por una parte fortalezcan a este sector como actor y por otra parte, mejoren su calidad de vida en los ámbitos económico, social, institucional y cultura.

2.13 Elementos del Desarrollo Local.

Para identificarlos, (Ibíd), señala que la definición de Desarrollo Local se basa en los siguientes elementos:

- a) El equilibrio en el territorio: Un desarrollo territorial equilibrado es aquel en el que las distintas localidades, regiones y zonas del país contribuyen a través de sus potencialidades al esfuerzo común de la nación, en armonía con las capacidades regenerativas del medio ambiente. El desarrollo de la nación es el desarrollo equilibrado de todas sus partes.
- b) El desarrollo y uso de la diversidad social y ecológica: El desarrollo local reconoce la riqueza en la diversidad de los aspectos culturales y sociales de los pueblos, entendida como el respeto y aprovechamiento de las potencialidades y cualidades de los diferentes grupos

sociales locales, así como la biodiversidad y complejidad del contexto ambiental y estructura de cuencas hidrográfica en la cual se desenvuelve la actividad humana.

- c) El desarrollo humano sostenible: Este elemento incluye lo económico, lo social y lo ambiental, tanto a nivel nacional como municipal. El desarrollo sostenible es aquel que no compromete el desarrollo de las futuras generaciones y está orientado al mejoramiento de la calidad de vida de toda la población. La sostenibilidad también implica que todos los individuos, en función de sus realidades, se incorporen en actividades productivas que les permitan superar esta pobreza.
- d) Globalización y localización: Una estrategia de desarrollo nacional orientada a la integración en un mundo más globalizado, requiere como complemento una estrategia nacional de desarrollo local que asegure la inclusión de toda la población a los beneficios de ésta. Este proceso de globalización se equilibra con el proceso de localización; es decir con la identificación de la población con su específico de su localidad y fortalecida a través de un proceso de descentralización.
- e) El desarrollo local, pertenencia e inclusión social: El desarrollo local reconoce el sentido de pertenencia y arraigo a una localidad como elemento integrador y regulador de la localidad. La identificación con una localidad y una comunidad se convierte en un elemento poderoso de inclusión social, de seguridad ciudadana y de desarrollo.
- f) El desarrollo de la capacidad de concertación: Desarrollo local es la capacidad de concertar entre distintos grupos sociales, para que hagan sostenible en el largo plazo los procesos socio-económicos. De ahí que el desarrollo local requiera del establecimiento de acuerdos para trabajar en función del interés común de los habitantes de las localidades. Por esta razón, el desarrollo local contribuye a sentar las bases de la gobernabilidad local.
- g) Desarrollo de capacidades locales: Desarrollo local es la generación y fortalecimiento de capacidades adquiridas en lo local, que es autónomo y sostenible el desarrollo en el largo plazo. Dentro de este marco el desarrollo de las capacidades de las municipalidades es primordial.
- h) Fortalecimiento de la participación e incidencia en lo local: El desarrollo local es el fortalecimiento de la participación ciudadana a nivel local y el aumento de la incidencia de los intereses locales en los órganos nacionales de gobierno. Esto incluye el desarrollo de una

nueva cultura cívica, donde la participación no sólo se vea como exigir los derechos, sino también como compartir responsabilidades con los habitantes del municipio.

Al potenciar la participación ciudadana, se busca establecer una forma adecuada de relación entre las autoridades municipales y la población, que le permita a esta última incidir en la gestión municipal. En este marco, el desarrollo de la capacidad administrativa de las municipalidades juega un rol primordial.

- i) Desarrollo local es territorial: Como parte del desarrollo local es indispensable un desarrollo territorial que reconozca al municipio unidad básica del Estado. Por esta razón no puede haber desarrollo local sin un desarrollo municipal. En esto es importante destacar dos elementos:
 - a) el municipio como conjunto de ciudadanos, que comparten un territorio; y b) la municipalidad como aparato político administrativo de gobierno.

En el proceso de descentralización habrá que redefinir sus competencias, reorganizarlo y fortalecerlo en su capacidad de gestión y ejecución, así como también se deberá fomentar la cooperación y asociativismo entre municipios.

Vale la pena manifestar que, sobre esto último, en la mayoría de municipios, no se cuenta con planes de desarrollo territorial, lo cual pone en riesgo, asentamientos humanos, la biodiversidad, el equilibrio ambiental e incluso la seguridad alimentaria y de vida de los habitantes, precisamente porque se carece de un proyecto de ordenamiento territorial, que señale la orientación del crecimiento poblacional, industrial y por su puesto el mantenimiento de áreas protegidas, de esparcimiento social y la producción agrícola que encabeza la seguridad alimentaria de nuestra gente.

2.14 Características del Desarrollo Local

Según Coto, (Coto, 2006) las características del desarrollo local son las siguientes:

- a) Las experiencias se inscriben en el ámbito local pero no excluyen su expansión posible y necesaria al ámbito regional.**

El enfoque local permite actuar en un escenario social y administrativamente concreto, con identidad propia y por tanto se autor reconoce y actúa como comunidad.

Los procesos locales evidencian sus propias limitaciones y se revelan las potencialidades de la región como realidad socio geográfica y como entidad administrativa a consumir.

b) El Desarrollo Económico Local (DEL), tal como se perfila en estas experiencias, es eminentemente participativo y conservativo.

Surge como parte importante y estratégica de un proceso participativo de autoridades municipales y de las organizaciones comunitarias, quienes buscan alianzas con actores externos que buscan la concertación de los intereses particulares y el interés común del proyecto o del proceso general.

c) El proceso debe ser diseñado para beneficiar a la población local.

Como parte de un plan de desarrollo local participativo con visión estratégica, estos procesos deben aprovecharse en tal sentido que favorezcan a la población local, no sólo como mano de obra sino también para que esta desarrolle sus propias empresas medianas y pequeñas que contribuyan a fortalecer el desarrollo económico de la población local.

d) Los procesos de DEL deben ser integrales y graduales.

La integridad es un proceso gradual de mediano y largo plazo y la población debe ser muy consciente de ello. Ningún proyecto de esta naturaleza está en la capacidad de satisfacer todas las expectativas de la población y menos en el corto plazo.

2.15 Importancia del Desarrollo Local.

Siguiendo el punto de vista de Ávalos et al. (2004) la importancia del desarrollo local se destaca en los siguientes aspectos:

- a) Ampliar la participación de la ciudadanía organizada en la toma de decisiones claves que afectan al municipio.
- b) Mejorar e incrementar los recursos propios a través de recursos financieros.
- c) Dinamizar la economía y mejorar condiciones de vida en lo social, cultural y económico.
- d) Garantizar el desarrollo sostenible y la conservación de recursos a futuras generaciones.
- e) Institucionalizar mecanismos de transparencia en los municipios.
- f) Definir a quién le corresponde cada competencia; es decir, aplicación de roles.
- g) Mejorar la distribución de recursos del Estado en el territorio.
- h) Permitir una mayor participación de la población.
- i) Establecer un mayor acercamiento con la población, permitiendo al gobierno priorizar y decidir en qué invertir.

- j) Permitir a la población jugar el papel de contraloría social.
- k) Disminuir los desequilibrios territoriales; es decir, no se concentra la inversión en un solo lugar.

2.16 Obstáculos para el Desarrollo Local

Respecto a los obstáculos que impiden el desarrollo local (al, Economía y Desarrollo, 2004), plantea la existencia de algunas dimensiones que deben considerarse al momento de valorar una iniciativa de desarrollo local:

a) Dimensión político-administrativa y territorial

El Estado salvadoreño se caracteriza por su centralismo administrativo con una concentración de competencias y funciones en el gobierno nacional. Esto ha llevado a limitaciones en el gobierno nacional y municipal para responder a las particularidades del desarrollo de cada comunidad.

b) Dimensión institucional y legal

Este marco se caracteriza por ser ambiguo, fragmentado y superpuesto tanto a nivel nacional como local, además, existe una descoordinación de roles y competencias a nivel de instancias gubernamentales en lo nacional y local.

c) Dimensión de participación y representación de ciudadanos

Esta es muy limitada por los mecanismos de participación ya institucionalizados como los cabildos abiertos, y carecen de una permanente e integral participación en la gestión del desarrollo de su propio municipio. A ello, suma la falta de conocimiento del ejercicio de los derechos ciudadanos.

d) Dimensión financiera

Los municipios no tienen sostenibilidad financiera debida a la escasa base económica y demográfica tributaria, lo cual no le genera ingresos suficientes para el sostenimiento de una estructura de inversiones mínima, por lo que no son sujetos de crédito con la banca y los hace dependientes del gobierno nacional. Desestimula la capacidad de generación y gestión de ingresos propios, subutilizando la ayuda de la comunidad de salvadoreños en el exterior y de otras fuentes de cooperación externa.

e) Dimensión de infraestructura y tecnología

Esta dimensión obstaculiza y aísla tanto a los municipios entre ellos como demás centros urbanos del país. Esto dificulta a la sociedad para alcanzar un mejor indicador del desarrollo, generando mayor pobreza y exclusión social.

La falta de inversión en infraestructura y tecnología hace que la gente emigre física y laboralmente a las principales ciudades, generando exclusión del interior y creando cinturones urbanos desintegrados sin sentido de identificación y pertenencia cultural.

f) Dimensión económica

En esta dimensión los habitantes se ven afectados en distintas áreas: como productores sus costos son mayores; como vendedores de sus productos, con precios inferiores; como consumidores, compran más caro sus bienes; y como población en general, reciben menos asistencia e inversión del Estado. Todo esto, disminuye su ingreso y limita al sector agropecuario y la pequeña -microempresa, los cuales tienen condiciones desfavorables de crédito y de información tecnológica, respecto al resto del país.

g) Dimensión social

Debido a que los municipios más necesitados están en zonas rurales, se tiene como resultado una desequilibrada distribución de los recursos y poca inversión del Estado para propiciar el desarrollo humano y social, limitando el desarrollo de los municipios y profundizando la exclusión social.

h) Dimensión ambiental.

Las situaciones ambientales en el país no permiten una relación de intercambio sostenible entre la sociedad y la naturaleza, desarrollándose en gran parte de los municipios una vulnerabilidad ambiental y una degradación de contaminación ambiental, deterioro del uso del suelo, deterioro hidrológico y de la cobertura vegetal, trayendo consigo mayores consecuencias como inundaciones y desbordamiento de ríos en zonas bajas y costeras; además, del peligro o la extinción de determinadas especies de la fauna y flora.

Existe una desregulación de la estructura político -administrativa con la estructura natural del territorio y la no aplicación de la ley del medio ambiente. En este sentido, destaca la parcelación del país en zonas de reserva ecológica, la innumerable cantidad de “lotificaciones” sin los

permisos y estudios de factibilidad correspondientes, con pequeños lotes a elevados costos, sin la posibilidad inmediata de los servicios sociales como agua potable, energía eléctrica, caminos, etc., y poniendo en peligro la calidad de aguas subterráneas y superficiales, suelos de vocación agrícola y llevando al socavamiento o extinción de ríos y quebradas, seguido por los desastres sociales y ecológicos, producto de la vulnerabilidad medioambiental.

2.17 Herramientas Comprobables para llevar a cabo Proyectos de Desarrollo Local

De acuerdo con (Gonzales, 2003), plantean algunas herramientas de mucha utilidad que deben tomarse en cuenta al momento de priorizar proyectos de desarrollo local, las cuales están relacionadas con:

- a) Los antecedentes históricos del municipio.
- b) Inventario detallado de recursos naturales, culturales y humanos; información geográfica, ambiental, demográfica, de habilidades técnicas, niveles educativos ocupaciones, organización social y política.
- c) Administración pública y municipal: organización, trámites, presupuestos, funcionarios, seguridad ciudadana, servicios.
- d) Economía: la producción, comercio, industria, agricultura, agroindustria, oferta de recursos financieros, sistemas de producción, actividad económica y potencial, tenencia y uso de la propiedad.
- e) La infraestructura económica y social: caminos, carreteras, puentes, hospitales y otros servicios de salud, escuelas, guarderías, vivienda, cobertura de servicios básicos y servicios públicos.

Es importante hacer notar que, en este proceso de planificación del desarrollo local, deben participar todos los sectores involucrados en una localidad, tales como: gobiernos municipales, comités de desarrollo local, turísticos, de jóvenes, etc.; comunidades, asociaciones, iglesias, ministerios, fondos de desarrollo, ONG's de desarrollo local, cooperantes internacionales. Todo esto, permitiría desarrollar un sistema eficiente que articule estos esfuerzos a través de lo cual, una instancia recolecte, procese y difunda la información a todas las instancias que ya trabajen parcialmente en esto.

Por otra parte, el desarrollo local como nuevo paradigma tiene unos rasgos específicos desde donde se articulan los procesos de planificación. En primer lugar, se trata de un enfoque multidimensional desde donde se construye una visión estratégica del territorio.

En segundo lugar, es un proceso abierto y flexible que demanda de un sistema de actores y agentes de desarrollo. Esto supone construir y fortalecer la capacidad de iniciativa de los actores locales propiamente dichos a fin de orientar desde el territorio diferentes procesos de negociación y cooperación entre ellos como sistema de actores.

En tercer lugar, requiere el fortalecimiento de la identidad cultural a través de la identificación, promoción y construcción de aquellos rasgos identitarios que son determinantes para la promoción de estrategias y acciones de desarrollo en territorios específicos (Bran y Salamanca L. L., 2006).

Para Góchez (Gochez, 1999) el “desarrollo local sostenible se orienta hacia las necesidades y aspiraciones de la gente a nivel territorial, a través de su potenciación y la ampliación de sus oportunidades socio -económicas como parte de un proceso participativo e intergeneracional. Este enfoque busca superar los obstáculos sociales, políticos, ambientales y económicos en el plano local como parte integrante de la política nacional de desarrollo”. En tanto, para Provencio & Carabias (1992), “es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Para estos enfoques, las necesidades de los actores son los pilares fundamentales en los procesos de participación, en las cuales existe, una visión aspiracional para ofrecer mejores oportunidades de desarrollo para las nuevas generaciones.

Por otra parte, Avalos (al, Economía y Desarrollo, 2004), reflexiona que se han heredado diferentes términos asociados al desarrollo como, por ejemplo, calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano, bienestar y capacidad, pero en los últimos tiempos uno de los más empleados es el de desarrollo sustentable o sostenido.

El desarrollo sostenible es el medio para luchar contra la pobreza y la destrucción del medio ambiente. La Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, que sesionó en Río de Janeiro en junio de 1992, planteaba el imperativo inmediato del desarrollo sustentable pretendiendo conservar el planeta en condiciones habitables para las futuras generaciones (al, Economía y Desarrollo, 2004).

Existen varias definiciones acerca del desarrollo sustentable o sostenido y Ávalos (Ibíd), lo define como “un desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer las suyas”.

Para Ávalos (2004), el desarrollo sostenible es aquel que utiliza los recursos y servicios ambientales asegurando su capacidad de renovación, distribuye actividades en el territorio de acuerdo con su potencial, y práctica actividades de tal manera que la emisión de contaminantes sea inferior a la capacidad de asimilación (al, Economía y Desarrollo, 2004).

Con lo dicho anteriormente, se expresa la idea que el desarrollo local sostenible, es aquel que se orienta en armonía con el medio ambiente, independientemente del proyecto de inversión pública generado a partir de una necesidad demanda por la población.

2.18. El Desarrollo Local en El Salvador

La historicidad del desarrollo local en El Salvador se remonta a procesos que se generaron después de la Independencia, el 15 de septiembre de 1821, según el cual, la mayoría de las actividades del gobierno se llevaban a cabo a nivel local. Durante casi 50 años las municipalidades fueron muy fuertes y tomaron muchas decisiones.

Sin embargo, esta realidad fue cambiando, especialmente en los tiempos buenos del café, en que el Gobierno Central incrementó su presencia en todo el territorio nacional y puso a las distintas regiones del país bajo su control centralizado por lo cual las municipalidades comenzaron a debilitarse.

Fue hasta 1986 que en algunos sectores del país nace el interés en redistribuir el poder del Estado (tradicionalmente concentrado en el Gobierno Central) hacia los Municipios. Con la creación del Código Municipal (en ese mismo año) el protagonismo del Gobierno Municipal comienza a abrirse paso de nuevo.

Para algunos autores (Coto, 2006), el papel de los gobiernos locales ha sido difícil de concretizarse en acciones ante la falta de la práctica histórica de gestión local autónoma, junto a las secuelas de la devastadora guerra civil, por tanto, se vuelve imprescindible un inmenso esfuerzo de superación técnica, tecnológica, inversión social, individual y colectiva. Para que este esfuerzo logre aprovechar al máximo los recursos existentes de apoyo nacional e

internacional, debe repensar y replantear sus objetivos y métodos a la luz de la cambiante situación global como nacional.

Es a partir de la firma de los Acuerdos de Paz, que se comienzan a generar procesos de desarrollo y construcción de la democracia, que impactan notablemente a nivel local/municipal, sin menospreciar los esfuerzos de trabajo comunitario y asociativo en cuanto al desarrollo desde una perspectiva local en la época previa y durante el conflicto armado vivido en el país.

La política social del Estado implementada por los gobiernos locales se basa en la premisa de “invertir para la gente” cuya eficacia sólo es posible en el marco de una estrecha coordinación entre la política económica y la social, mediante mecanismos institucionales que aseguren decisiones coherentes en función de objetivos comunes, así como el seguimiento y evaluación unificada de las medidas adoptadas.

Bajo esta orientación estratégica, se ha dado énfasis a la inversión social, conscientes de que una democracia auténtica debe ser integral. Esto solo es posible si se logra mayor equidad y niveles superiores de bienestar de la población.

Las obras de inversión social incluyen acueductos, alcantarillados, centros de salud, casas comunales, parques de recreación, escuelas, hospitales, vías urbanas, caminos rurales, puentes, y rescate del patrimonio cultural entre otros. Es importante mencionar que la inversión social más la capacitación y asistencia técnica constituyen lo que para algunos se entiende por desarrollo sustentable.

Actualmente, todos los países de América Latina y varios del Caribe han establecido fondos de inversión social. Estos fondos han demostrado su efectividad en la canalización rápida de recursos externos para pequeños proyectos en zonas muy pobres. A través de su estrecha relación con las comunidades, los fondos provenientes de organizaciones gubernamentales como de no gubernamentales, han abierto una nueva vía para la acción social y han desempeñado un papel catalizador en el aumento de la conciencia popular en relación con el tema de la pobreza.

Con el tiempo, el propósito original de los fondos, que era atender situaciones de emergencia, fue reemplazado por objetivos a largo plazo, y los fondos se han convertido en el medio principal y más efectivo por el que muchos gobiernos latinoamericanos y caribeños llevan a cabo acciones en las comunidades pobres.

Por otra parte, el proceso de la formación económico -social salvadoreña ha ido determinando la división político -administrativa del país, esta división será siempre sujeto de cambio debido a que su objetivo consiste en organizar a los salvadoreños en su territorio y dotarlos de un adecuado marco jurídico territorial y ambiental que regule la relación de intercambio entre la sociedad y el espacio natural de una forma sostenible.

Durante los últimos años se han producido avances importantes en las propuestas relacionadas con el Desarrollo Local y los temas que lo involucran, tales como: la Política de Descentralización del Estado, la Reforma de la Ley del Fondo para el Desarrollo Económico y Social (FODES), el Fortalecimiento Municipal, la promoción del asociativismo y la creación de espacios de participación como el Grupo Consultivo, conformado por diferentes sectores e Instituciones Públicas y Privadas, en cuyo marco se elaboró la Estrategia Nacional de Desarrollo Local (ENDL).

Con base en la ENDL se busca dar impulso a un proceso de desarrollo equilibrado en el territorio, ambientalmente sostenible, incluyente e integrador en el ámbito social.

El Desarrollo Local es una pieza cuya importancia se valora cada día más de cara a la construcción del Desarrollo Sostenible. Aunque el planteamiento moderno del Desarrollo Territorial tiene su origen en la Europa de los años 80, actualmente se habla de él en toda América Latina y en El Salvador. Esto refuerza la exigencia de tener claro un mínimo marco conceptual.

Es importante tener presente que a 31 años de los Acuerdos de Paz y después de haber concluido el Programa de Reconstrucción Nacional, el cual contó con la generosa y solidaria cooperación de la Comunidad Internacional el país requiere de recursos externos complementarios para que la paz y el desarrollo sean sostenibles. Ello significa superar la marginación socio -económica y corregir los desequilibrios territoriales. Una forma de hacerlo es haciendo un mejor uso de los escasos recursos internos y de la cooperación externa.

2.18.1. Aproximación a la Institucionalidad del Estado para el Desarrollo Local de El Salvador.

La Autonomía Municipal

La Constitución de la República de El Salvador, de 1983, en su artículo 203 enuncia que “los

municipios serán autónomos en lo económico, en lo técnico y en lo administrativo, y se registrarán por un Código Municipal, que sentará los principios generales para su organización, funcionamiento y ejercicio de sus facultades autónomas”.

Bajo este mismo orden, el Código Municipal plantea que: “El municipio constituye la Unidad Política Administrativa primaria dentro de la organización estatal con autonomía para darse su propio gobierno...” (FUNDE 2001 pág 41 y 48, 2001)

Según la fundamentación jurídica, y la visión de distintas organizaciones que trabajan el tema del desarrollo local, ubican al Gobierno Municipal como el centro de atención y protagónico para la conducción y coordinación del proceso de desarrollo local haciendo uso de herramientas como la concertación, descentralización y participación ciudadana.

Sin embargo, la autonomía municipal se halla fuertemente vinculada a la disponibilidad de recursos de los Gobiernos Locales, los que, al ser escasos, con problemas desconcentrados y ausencia de recursos la llamada autonomía se ve comprometida.

Desde la década de los ochenta, se promueve una política de descentralización y desarrollo. Para el logro de este propósito, FUNDE (2004), considera que debe continuarse elevando las transferencias del presupuesto nacional a los municipios bajo los criterios de población y pobreza, mientras que la Fundación Salvadoreña para El Desarrollo Económico de El Salvador (FUSADES), es de la idea que las transferencias de la Hacienda Pública deben estar orientada únicamente a los municipios más pobres, a lo cual agrega su complacencia de reducir el número de municipios, argumentando la optimización de los recursos del Estado, incluso motivando la descentralización de funciones tradicionalmente prestados por Gobierno Central hacia instituciones como la empresa privada y ONG’s.

Entre algunos aspectos que siguen anteponiéndose a la autonomía municipal se encuentran:

- a) La falta de soberanía fiscal.
- b) La falta de potestad de realizar cambios en el sistema de impuestos sin la intervención de la Asamblea Legislativa.
- c) La interdependencia del Gobierno Central en diversos trámites de carácter administrativo.

El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL)

El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local es conocido como: FISDL, y su historia se remonta a 1990. El 31 de octubre de ese año, el entonces llamado Fondo de Inversión Social (FIS) de El Salvador se creó, mediante el decreto legislativo 610, como un organismo de carácter temporal. Su misión era la disminución de los efectos negativos del ajuste estructural en los sectores más vulnerables; es decir, aquellos en extrema pobreza.

La actividad primaria del FIS era financiar pequeños proyectos de infraestructura y la dotación de equipo para programas en las áreas de salud, educación, agua potable y saneamiento, medio ambiente, electrificación y desarrollo comunitario.

Una vez definidas sus características y propósitos, el Fondo de Inversión Social inició sus operaciones con fondos gubernamentales, bajo un esquema industrializado de ejecución de proyectos sociales, según la cual los primeros proyectos presentados por las comunidades eran los que se ejecutaban más rápidamente.

Esta ejecución de infraestructura social fue posible gracias a un banco de diseños de ingeniería y a un sofisticado sistema de información y procesamiento de datos, pionero en América Latina.

De FIS a FISDL

De acuerdo con su ley de creación, el plan de ejecución de ese primer FIS concluiría en 1994, pero debido al impacto social de las acciones realizadas, la Asamblea Legislativa aprobó, el 31 de marzo de 1993, una reforma jurídica que le prolongó la existencia hasta noviembre de 1997.

Al acercarse esta nueva fecha para el cierre de operaciones, el 19 de septiembre de 1996 fue emitido el decreto legislativo 826, el cual contenía modificaciones sustanciales a la ley originaria del FIS: se le asignó un espacio en el Presupuesto General de la Nación para sus gastos de funcionamiento y se le incorporaron las funciones del Programa de Municipalidades en Acción (MEA) y de la Secretaría de Reconstrucción Nacional (SRN).

A partir de ese momento la Institución se denomina Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador (FISDL), transformándose en una entidad gubernamental permanente y principal responsable del desarrollo local de El Salvador, liderando la erradicación de la pobreza en el país. Su nueva misión era “promover la generación de riquezas y el desarrollo local con la

participación de los gobiernos municipales, las comunidades, la empresa privada y las instituciones del gobierno central que implementan proyectos de infraestructura social y económica”.

Desde 1999 el FISDL comenzó a impulsar el Programa de Desarrollo Local (PDL), fundamentado en la promoción de procesos de planeación participativa y en la descentralización del ciclo de proyectos en el ámbito municipal.

En ese año el programa de gobierno de la administración del presidente de la República, Francisco Flores, la Nueva Alianza, estableció la responsabilidad del FISDL como promotor y facilitador del desarrollo local. El FISDL asumió la responsabilidad de reforzar su papel como regulador de los estándares de calidad para los proyectos municipales que financia.

En el marco del XVII Congreso Nacional de Alcaldes en 1999, el Presidente de la República delegó en el FISDL la responsabilidad de liderar la Estrategia Nacional de Desarrollo Local (ENDL).

Para la elaboración de la ENDL, el FISDL conformó y se apoyó en un Grupo Consultivo, en el que estaban representados diversos actores clave: gobierno nacional, municipios, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), empresa privada y organismos de cooperación internacional.

Cambio Institucional

En 1999, el FISDL fue sometido a un proceso de reestructuración tanto interno como externo, con el fin de reducir, simplificar y graduar sus procesos y sus tiempos de respuesta; lograr alianzas con los gobiernos locales y fomentar la autosostenibilidad del desarrollo local; medir el desempeño institucional e incrementar la transparencia, ética y efectividad en los procesos de asesoría, adquisición, contratación, manejo, ejecución y auditoría de obras de proyectos, planificados junto con los gobiernos municipales.

La reorganización del FISDL permitió:

- a) La creación de la Gerencia de Investigación y Desarrollo (GID) y el desarrollo de nuevos programas de intervención.
- b) La creación de la figura del Asesor Municipal (AMU) y el Asesor de Desarrollo (ADE)

- c) La apertura de espacios de participación para los actores locales.
- d) La redefinición del ciclo de proyectos por medio de la descentralización hacia los actores locales.

Además, este cambio incluyó la redefinición de la misión y visión institucional. De esta forma, hoy el FISDL tiene como su misión “erradicar la pobreza en El Salvador, a través de la investigación, la inversión social y la integración de esfuerzos orientados a promover el desarrollo local; con un equipo humano innovador y comprometido; reconocido por su integridad, espíritu de servicio y efectividad organizacional”.

La visión es “ser la institución líder en la erradicación de la pobreza en El Salvador.” El FISDL, con el paso del tiempo se ha venido transformando en el ente encargado de impulsar proyectos, programas o estrategias de inversión propias del Ejecutivo; como es el caso del Programa “Red Solidaria”.

Instituto Salvadoreño para el Desarrollo Municipal (ISDEM)

El ISDEM es la institución encargada de brindar asistencia técnica, capacitación y financiamiento a las municipalidades del país, por lo tanto, proveerá a los Gobiernos Locales lineamientos e instrumentos técnicos que orienten su mejoramiento y desarrollo.

El ISDEM es la instancia gubernamental receptora de diversos programas de cooperación internacional que promueven el desarrollo local en El Salvador. Las responsabilidades específicas del ISDEM, ante las municipalidades, comunidades, FISDL, COMURES y red de ONG´s son:

- a) Dar asistencia y capacitación a las municipalidades para el fortalecimiento de su capacidad administrativa.
- b) Modificación de la legislación FODES para estimular el aumento de ingresos propios municipales.
- c) Entrega de los fondos FODES y otras transferencias a las municipalidades en forma directa y automática.
- d) Desarrollar la calificación y capacidades municipales como sujeto de crédito ante agentes financieros privados y públicos.

- e) El ISDEM es el encargado del desembolso directo del 6% (7%) a partir del presupuesto general de la nación de 2005), asignado a las alcaldías para la ejecución de proyectos contemplados dentro del plan anual de cada municipalidad; dicha asignación se realiza a través de cuotas o desembolsos mensuales.

Vale aclarar que las municipalidades no reciben el total del 6% y actualmente el 7% según la última reforma a la Ley del FODES, debido a que el presupuesto nacional es mayor (ordinario y extraordinario) ya que incorpora otros componentes como la deuda nacional, reduciendo significativamente la transferencia del FODES, que las alcaldías reciben del gobierno central. Según el Art. 3 del Reglamento FODES, el procedimiento para la distribución del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios obedece a los siguientes criterios:

- a) Población. Un 50%, que se establece como una relación inversa a la población que contaba cada municipio con base al Censo de Población y Vivienda de 1992.
- b) Equidad. Un 25%, que se reparte en cantidades iguales entre los 262 municipios.
- c) Pobreza. Un 20%, se distribuirá de acuerdo con el comportamiento de los índices de pobreza generados a partir de los datos del censo oficial vigente de cada municipio.
- d) Extensión territorial. Un 5%, se distribuye de acuerdo con la extensión territorial de los municipios y se adjudica en forma directamente proporcional en la misma.

De acuerdo al Art. 4 del Reglamento FODES, el fondo que se distribuye está compuesto por el aporte y subsidios que otorga el Estado, y puede ser complementado con préstamos externos e internos, bonos u otros ingresos que, por cualquier concepto, reciba, y por otros aportes y donaciones, para que el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, lo transfiera a los municipios. Este Fondo puede ser complementado con recursos provenientes de préstamos que reciba el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador.

Según la Revista de Estudios Centroamericanos (publica, 2004) del aporte que otorga el Estado, con la reforma a la Ley FODES de 1997, se descuenta la cantidad de QUINCE MILLONES DE COLONES (o su equivalente en dólares, \$1, 714, 286), -que se destinan en la siguiente forma:

- a) -CINCO MILLONES DE COLONES (\$ 571, 428.57), para el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador, el cual sirve para el sostenimiento de su administración, gastos de funcionamiento, capacitación, asistencia técnica a las municipalidades, la cual consiste

en el diseño para la elaboración de proyectos, así como para la administración y control de los mismos. El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador, también puede dar asistencia técnica individual a petición de los municipios.

b) -CINCO MILLONES DE COLONES (\$ 571, 428.57), para el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, que le sirven para gastos de funcionamiento, formación de capital, asistencia técnica y capacitación a las municipalidades, en los ramos de administración municipal, y promoción de herramientas de participación ciudadana.

c) -CINCO MILLONES DE COLONES (\$ 571, 428.57), a la Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador (COMURES). Esta asignación representó hasta el año 2004, entre el 1.5 y el 2% del total asignado al FODES.

Fondo para el Desarrollo Económico y Social (FODES)

Es un fondo creado por mandato Constitucional, para la inversión en proyectos que beneficien el desarrollo de los municipios, así como para sufragar algunos gastos de funcionamiento de la entidad municipal. El Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios (FODES), cuenta con dos instrumentos legales: su Ley de Creación y el Reglamento, que entraron en vigencia a partir de septiembre de 1988 y marzo de 1998 respectivamente.

De conformidad con el artículo 1o. de la Constitución de la República, el Estado está organizado para la consecución de la justicia, de la seguridad jurídica y el bien común y que por ello está obligado a garantizar el bienestar económico y la justicia social de todos los habitantes de la nación, para lo cual le faculta el Art. 110 de la Ley Primaria que pueda tomar a su cargo los servicios públicos, cuando los intereses sociales así lo exijan, prestándolos directamente, por medio de las instituciones oficiales autónomas o de los municipios.

Según el Art. 207 de la Constitución, establece que “para garantizar el desarrollo y la autonomía económica de los Municipios, se creará un Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los mismos, para lo cual una ley establecerá el monto de ese fondo y los mecanismos para su uso”, sobre ello fue emitida la Ley de Creación del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios, según Decreto Legislativo número 74 de fecha 8 de septiembre de 1988, publicado en el Diario Oficial número 176, Tomo 300 de fecha 23 de septiembre del mismo año, en el cual se dispone la creación de un fondo fijo anual. Destinado del Fondo General de la Nación al desarrollo de los municipios, monto que según reforma legislativa emitida mediante

el Decreto No. 617 de fecha 1o. de febrero de 1996, publicado en el Diario Oficial número 43, Tomo número 330 del 1o. de marzo del mismo año, fue establecido en un monto anual de 125 millones de colones.

Esta ley a su vez, fue reformada por el Decreto Legislativo número 76 del 11 de septiembre de mil novecientos noventa y siete, en el cual, de acuerdo al espíritu de sus considerandos, se establece que, para coadyuvar en el programa de Modernización del Sector Público, promoción del desarrollo local y el fortalecimiento de los gobiernos municipales, hace necesario proporcionar a los municipios instrumentos que aseguren una mayor capacidad y autonomía administrativa y financiera, en razón de lo cual el Estado asignará anualmente, de acuerdo con la reforma establecida en el artículo 1 de tal ley, un aporte igual al 6% de los ingresos corrientes netos del Presupuesto del Estado, a partir del ejercicio fiscal de 1998. De acuerdo con el presupuesto General del Estado, desde el año 2005, el porcentaje destinado a los municipios asciende al 7%.

El porcentaje del cual se habla llega a las municipalidades por dos vías: FISDL e ISDEM. Según el Reglamento del FODES, de los recursos que llega a las alcaldías por medio del ISDEM: 80% es para proyectos de desarrollo y el 20% para costos administrativos en las municipalidades. De este 20%, el 10% se asigna para servicios personales (salarios, dietas, pago de jornales, viáticos, etc.) y el otro 10% para servicios no personales (papelería, publicidad, fotocopias, agua potable, energía eléctrica).

El Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios, puede ser utilizado por los mismos, como garantía de los préstamos conferidos por el Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal u otras instituciones del Sistema Financiero. Los Municipios autorizarán al Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal retener los montos necesarios para pagar las cuotas contractuales. Del 80% pueden utilizar hasta el 5% para gastos de pre-inversión. Se entienden como gastos de la pre-inversión para los efectos del respectivo Reglamento, los siguientes:

- Elaboración del Plan de Inversión del municipio; Elaboración de carpetas técnicas; Consultorías; Publicación de Carteles de Licitación Pública y Privada.

Según decreto número 230, publicado en el Diario Oficial, con fecha 8 de diciembre de 2006, los recursos provenientes del Fondo Municipal podrán invertirse entre otros, a la adquisición de vehículos para el servicio de recolección y transporte de basura, maquinaria, equipo y mobiliario

y su mantenimiento para el buen funcionamiento; instalación, mantenimiento y tratamiento de aguas negras, construcción de servicios sanitarios, baños y lavaderos públicos, obras de infraestructura relacionada con tiangues, rastros o mataderos, cementerios, puentes, carreteras y caminos vecinales o calles urbanas y la reparación de éstas.

La industrialización de basuras o sedimento de aguas negras, construcción y equipamiento de escuelas, centros comunales, bibliotecas, teatros, guarderías, parques, instalaciones deportivas, recreativas, turísticas y campos permanentes de diversiones; así como también para ferias, fiestas patronales, adquisición de inmuebles destinados a las obras descritas; y al pago de las deudas institucionales contraídas por la municipalidad y por servicios prestados por empresas estatales o particulares; incluyéndose el desarrollo de infraestructura, mobiliario y funcionamiento relacionado con servicios públicos de educación, salud y saneamiento ambiental, así como también para el fomento y estímulo a las actividades productivas de beneficio comunitario y programas de prevención a la violencia.

Asimismo, se advierte, que los municipios que inviertan parte del recurso proveniente de este fondo para celebrar sus fiestas patronales deberán mantener un uso racional de acuerdo con la realidad local.

Según la importancia del FODES, los Concejos Municipales son los responsables de administrar y utilizar los recursos asignados en una forma transparente, con eficiencia y eficacia; para ello deberán observar lo siguiente:

El ISDEM transfiere a los municipios fondos destinados a la Inversión en el desarrollo de proyectos, y fondos destinados a gastos de funcionamiento.

- Los fondos deben ser captados por la Tesorería Municipal, para lo cual emitirán un recibo de Ingreso debidamente legalizado.
- Los recursos del FODES transferidos a través del ISDEM, deberán administrarse en cuentas bancarias, separando la asignación que le corresponde para la inversión y el funcionamiento.
- Los proyectos deberán ser identificados y priorizados en eventos de participación ciudadana, para ello, las Municipalidades propiciarán la formulación de planes de inversión participativos.
- Los planes de inversión deben ser incorporados en el presupuesto municipal, a fin de programar la inversión, en cada año de ejecución presupuestaria.

- Cada proyecto deberá ser aprobado mediante acuerdo, por el Concejo Municipal.
- Los proyectos deben estar debidamente respaldados por un documento que contenga: la justificación técnica, el impacto económico y social en el municipio y el presupuesto financiero.
- Los proyectos deberán contar con un registro de la ejecución física y financiera contable que ampare los desembolsos y la inversión realizada
- Los proyectos deberán ser liquidados al finalizar su ejecución.

La manera en que se invierte el FODES, responde a la planificación y ejecución de la inversión pública, además de otros gastos elegibles a pagar con el fondo. Según la Red para el Desarrollo Local (2005), el incremento de la transferencia del Fondo (FODES) al 6% de los ingresos corrientes netos del presupuesto en 1998 y el incremento en un punto, (7%) en el 2004 (haciéndose efectivo a partir de 2005), son los avances más importantes en el proceso de descentralización del Estado y el desarrollo local, en materia de financiamiento, en los últimos siete años.

En ambos casos hubo una dura oposición por parte del gobierno que lo llevó a confrontar con el resto de los gobiernos locales y hasta con la corte suprema de justicia.

Ingresos Municipales

En el artículo 204 numeral 6 de la Constitución de la República y Artículo 58 de la Ley General Tributaria Municipal se sientan los principios generales del derecho y responsabilidad de las municipalidades de someter iniciativas de Ley, para el establecimiento y reformas de impuestos municipales, ante la Asamblea Legislativa.

La Asamblea Legislativa tiene la facultad constitucional de aprobar, reformar o derogar dichas leyes; asimismo, tiene la competencia de realizar las interpretaciones auténticas correspondientes, según sea necesario. En el marco de esta competencia le corresponde a la Comisión de Asuntos Municipales analizar y dictaminar sobre los proyectos de ley de impuestos municipales presentados por las municipalidades (Art. 131 de la Constitución).

Según Red para el Desarrollo Local (2005), entre los años 2003 -2004, se presentaron a la Asamblea Legislativa un total de 27 anteproyectos de ley, cuyas iniciativas estaban encaminadas a lograr la aprobación, modificación o interpretación de leyes de impuestos municipales.

En general, las leyes de impuestos municipales del país son regresivas y muchas de ellas con más de 25 años de no haber sido modificadas y por consiguiente con conceptos y tarifas obsoletas e improductivas, reflexiona RDL en su informe de 2005, al señalar que más de 100 solicitudes presentadas antes del 2003, fueron archivadas por el Órgano Legislativo, sin ser aprobadas. RDL, en su informe de 2005, valora que un desafío importante es analizar la situación impositiva a nivel municipal del país, para conocer los aspectos relevantes de las leyes de impuestos vigentes: la regresividad existente, la obsolescencia, la improductividad y, a partir de estos elementos, crear un marco general para la propuesta y aprobación de leyes, que sirva a las municipalidades y al órgano legislativo para superar la regresividad y la obsolescencia de dichas leyes; así como contar con una base impositiva sólida y administrativamente eficiente.

De acuerdo con el informe de RDL (2005), en los municipios grandes, la relación entre los ingresos generados por el cobro de impuestos y tasas y el FODES puede que reflejen un balance a favor de los recursos fiscales propios; mientras que en municipios pequeños sus ingresos totales dependen en forma muy importante de las transferencias del Gobierno Central.

Las brechas en la composición de los ingresos municipales demuestra que los municipios con mayor capacidad contributiva están en mejor ventaja para desarrollar sus actividades y proyectos; en cambio las municipalidades pequeñas están en mayor desventaja y cuentan con menor potencial tributario, por consiguiente, el FODES si bien es un pilar importante como mecanismo de financiamiento, no es suficiente para reducir las desigualdades socio-económicas expresadas territorialmente; por lo que es necesario analizar los criterios actuales de su distribución, de tal manera que se vayan eliminando las actuales asimetrías (RDL, 2005).

Asimismo, la RDL en su informe de 2005, reflexiona en que en la actualidad el desempeño financiero del sistema municipal descansa en los ingresos no tributarios, expresando que en promedio el 32.8% han sido generados por el cobro de tasas y en menor proporción por los derechos. Los impuestos municipales clasificados bajo el rubro de los ingresos tributarios aportan en promedio 18.3% de los ingresos totales (promedio período 2002- jun.2004) destaca el hecho que el peso de los impuestos indirectos que gravan el consumo de las personas no tiene incidencia en el sistema tributario municipal, pues son captados únicamente por el gobierno central.

Según el Código Municipal (C. M.), los ingresos municipales comprenden:

1. El producto de los impuestos, tasas y contribuciones municipales.
2. El producto de las penas o sanciones pecuniarias de toda índole impuestas por la autoridad municipal competente, así como el de aquellas penas o sanciones que se liquiden con destino al municipio de conformidad a otras leyes. Igualmente, los recargos e intereses que perciban conforme a esas leyes, ordenanzas o reglamentos.
3. Los intereses producidos por cualquier clase de crédito municipal y recargos que se impongan.
4. El producto de la administración de los servicios públicos municipales.
5. Las rentas de todo género que el municipio obtenga de las instituciones municipales autónomas y de las empresas mercantiles en que participe o que sean de su propiedad.
6. Los dividendos o utilidades que le correspondan por las acciones o aportes que tenga en sociedad de cualquier género.
7. Las subvenciones, donaciones y legados que reciba.
8. El producto de los contratos que celebre.
9. Los frutos civiles de los bienes municipales o que se obtengan con ocasión de otros ingresos municipales, así como los intereses y premios devengados por las cantidades de dinero consignados en calidad de depósitos en cualquier banco o asociación de ahorro y préstamo.
10. El aporte proveniente del fondo para el desarrollo económico y social de los municipios establecido en el inciso tercero del artículo 207, de la Constitución en la forma y cuantía que fije la ley.
11. Las contribuciones y derechos especiales previstos en otras leyes.
12. El producto de los empréstitos, préstamos y demás operaciones de crédito que obtenga.
13. El precio de la venta de los bienes muebles e inmuebles municipales que efectuare.
14. Los aportes especiales o extraordinarios que le acuerden organismos estatales o autónomos.
15. Cualquiera otra que determinen las leyes, reglamentos u ordenanzas. De los quince posibles rubros de ingresos para el municipio, el Programa de Alta Gerencia para el Desarrollo Local (PRAGEDL), considera en el curso especializado de Finanzas Municipales (2001), la importancia de tres de éstos:
 - a) Impuestos, tasas y contribuciones especiales

Impuestos municipales: los tributos exigidos por el Municipio sin contraprestación alguna individualizada (Art. 4 Ley General Tributaria Municipal). Por ejemplo: impuesto a la actividad

económica de las empresas, vialidad, etc. Tasas municipales: los tributos que se generan en ocasión de los servicios públicos de naturaleza administrativa o jurídica prestados por el municipio (Art. 5 Ley General Tributaria Municipal). El valor de la tasa se estima en función del costo del servicio, pero la ley permite un recargo de hasta el 50% adicional al costo. Por ejemplo: el cobro de certificaciones de partidas de nacimiento, por registro de documentos, por aseo o recolección de basura, alumbrado público, rastro, cementerios, etc. Contribuciones especiales: los tributos que se caracterizan porque el contribuyente recibe real o presuntamente, un beneficio especial derivado de la ejecución de obras públicas o actividades determinadas, por el municipio (Art. 6 Ley General Tributaria Municipal).

Este tipo de ingresos constituye un intermedio entre el impuesto y la tasa, ya que el beneficio puede ser presunto. Según la ley este tipo de ingresos puede servir para captar fondos que luego serán invertidos en obras como: pavimentación de calles, alcantarillados, saneamiento ambiental, etc.

- b) El aporte proveniente del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios, establecido en el Art. 207 de la Constitución de la República.
- c) Otros productos: otros ingresos relevantes son los productos de los contratos que celebre la Municipalidad, por ejemplo, el otorgar concesiones u obtener rentas de inversiones.

2.18.2 Aproximación al Manejo del Gasto Municipal

A. Planificación de la Inversión

Es importante señalar que el Art. 16 de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP), establece la obligación de elaborar la programación anual de adquisiciones y contrataciones de bienes, construcción de obras y contratación de servicios no personales, de acuerdo con el plan de trabajo y al presupuesto institucional.

- a) Proyectos por Administración. Cuando las Municipalidades decidieren realizar sus proyectos por Administración, la adquisición de los materiales y la contratación de servicios no personales también deben ser incorporados en el plan anual.
- b) Procesos de Licitación El monto del proyecto determinará la modalidad de inversión de los fondos.

- Si el Monto del Proyecto es inferior al equivalente de 80 salarios mínimos urbanos, la municipalidad puede contratar bajo la modalidad de Libre Gestión, debiendo tener al menos tres ofertas para comparar calidad, precio y otras condiciones del suministro.
- En caso de ser igual o mayor al equivalente de 80 salarios mínimos urbanos, hasta 635 salarios mínimos urbanos, se promoverá una licitación pública por invitación; es decir, que la Municipalidad a través del jefe de la Unidad de Adquisiciones y Contratación Institucional (UACI), elaborará una lista de ofertantes, sean éstos personas naturales o jurídicas, sean nacionales o extranjeras, a los que se invitan públicamente a participar a fin de asegurar precios competitivos.
- Cuando el proyecto exceda del equivalente a los 635 salarios mínimos urbanos, la municipalidad promoverá una licitación pública, invitando a participar a los oferentes a través de publicaciones en la forma señalada en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, y seleccionará la oferta que más se ajuste a las Bases de Licitación, comparando además los precios y otras condiciones del suministro.

C. Procesos de Concurso

Cuando la Municipalidad quiera contratar a consultores individuales o empresas consultoras, seguirán el mismo procedimiento que para las licitaciones, observando que los montos para las distintas formas de contratación sean las siguientes:

- Libre Gestión: Montos inferiores al equivalente de 80 salarios mínimos urbanos.
- Concurso Público por Invitación: Desde el equivalente a 80 salarios mínimos urbanos, hasta 200 salarios mínimos urbanos.
- Concurso Público: Por montos superiores al equivalente de 200 salarios mínimos urbanos.

B. Adquisición y Mantenimiento de Bienes Muebles e Inmuebles

Los fondos que el ISDEM transfiera podrán emplearse en la adquisición de maquinaria, mobiliario, equipo, terrenos y edificios, entre otros, asimismo, en su mantenimiento.

Para estas adquisiciones, se aplicará los procedimientos establecidos en la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

a. Pago de la Deuda Pública

Se refiere a los créditos otorgados por el sistema financiero o por el ISDEM y la mora contraída en la prestación de servicios públicos, prestados por otras instituciones al municipio.

Como parte de la Deuda Pública, corresponde también la que contraen los municipios en concepto de préstamos contraídos, por parte de las municipalidades del país.

b. Empresas Intermunicipales o Micro regionales

Son las aportaciones acordadas o convenidas entre municipios, que inicien o implementen cualquiera de las modalidades de ASOCIATIVIDAD MUNICIPAL. Estas aportaciones serán invertidas en proyectos de mutuo beneficio, para la administración de la oficina micro regional, o para el sostenimiento de la empresa, mientras ésta no sea autofinanciable. El ISDEM proporciona capacitación y asistencia técnica a las municipalidades interesadas en la Asociatividad, en la formación de la asociación, su legalización, en las formas de aportación y administración de los recursos.

Uso de la Transferencia, según la Red para el Desarrollo Local (RDL)

Según la Red para el Desarrollo Local (RDL, 2005), en cuanto a la capacidad de gestión de los recursos transferidos a través del ISDEM, en el año 2003, las municipalidades ejecutaron el 94.5% respecto a lo asignado, por arriba del 88% del promedio logrado por todas las entidades del sector público y de otras como el FISDL (66%), Fondo Social para la Vivienda (79.4%), Obras Públicas (85.9%) y del Fondo de Conservación Vial (68.3%).

Es importante señalar la necesidad de los municipios de contar con reservas de recursos financieros para poder concursar en las licitaciones y concursos de obras y proyectos promovidos por el FISDL, afectan en gran medida la capacidad de ejecución de los fondos transferidos debido a que es requisito indispensable que la municipalidad cuente con la capacidad económica y financiera de respaldo en concepto de aporte como contrapartidas a los proyectos concursados, en donde tienen prioridad los municipios que ofrecen mayor contrapartida. Se trata de recursos que mientras dure el proceso de competencia no pueden ser invertidos en otros propósitos, para poder cumplir con los requisitos de calificación y por

consiguiente su no utilización, no necesariamente se debe a dificultades de ejecución de obras y servicios por parte de los municipios.

Entre los tipos de proyectos que presentan una mayor frecuencia de ejecución entre las municipalidades investigadas son los relacionados con las vías de acceso, educación, electrificación, acueductos y alcantarillados, menor prioridad tiene el financiamiento de actividades relacionadas con la economía y la producción (RDL,2005).

Es preciso aclarar, que con la realización de proyectos como los de electrificación, las municipalidades invierten recursos públicos en su ejecución; pero para ser conectados a la red de distribución de energía, la empresa privada condiciona que en su fase de operación y funcionamiento los usufructos o dividendos que genera la prestación de servicio se vuelven parte del patrimonio financiero de las distribuidoras de energía eléctrica.

Siguiendo el aporte facilitado por la RDL en 2005, se fundamenta el hecho que las municipalidades destinan la mayor parte de sus recursos a obras de infraestructura (capital físico), otorgando menor prioridad a la gestión y realización de proyectos relacionados con el capital humano, financiero, natural y humano.

2.18.2. Dirección de Obras Municipales

En noviembre del año 2021 la asamblea Legislativa aprueba la Ley para la creación de la Dirección de Obras Municipales que eliminara, la corrupción y la ineficiencia de las Alcaldías Municipales, a través de esta institución el gobierno destinó 900 millones iniciales para ejecutar proyectos de infraestructura en los 262 municipios. Esta es la inversión más grande que se hará en el país para el desarrollo social y económico. (Legislativa, 2021)

El Presidente de la Asamblea Legislativa, Ernesto Castro, participó en la entrevista televisiva Frente a Frente, en la que se refirió a varios temas que están en discusión en la institución. Para terminar con el abandono en el que históricamente estuvieron las 262 municipalidades y el mal uso que las administraciones pasadas hicieron del dinero que el Gobierno central entregaba a las alcaldías, a través del Fondo para el Desarrollo Económico y Social de los Municipios de El Salvador (FODES), los diputados de la Asamblea Legislativa aprobaron la creación de la Dirección de Obras Municipales (DOM)(Ibíd).

La DOM —que estará a cargo del ingeniero Álvaro O'Byrne— se encargará de verificar la calificación, aprobación, contratación y ejecución de obras bajo el principio de eficiencia, eficacia y calidad. El Ejecutivo trabajará de forma coordinada con los gobiernos municipales para identificar las necesidades de cada municipio y desarrollar infraestructura que generará desarrollo y bienestar social. (Ibíd)

“Esto es importante para el desarrollo local del país. No venimos a sustituir a las municipalidades, venimos a darles un brazo técnico. Sabemos que muchos municipios han estado abandonados, las obras no llegaron y los fondos desaparecieron. No podemos permitir más eso”, señaló Elisa Rosales, presidenta de la Comisión de Asuntos Municipales, que emitió el dictamen favorable para que se aprobara el proyecto de ley presentado por el Órgano Ejecutivo. (Ibíd)

El Desarrollo Económico y Social, como una política pública desde el gobierno central en nuestro país, merece volver al modelo original, cuyo abordaje debe de girar en torno a *Metas y Objetivos Priorizados*, traducidos en Proyectos y Programas que garanticen la “*Reducción de la Pobreza*”, como fin último, generando un impacto directo en la *Reducción de la Desigualdades Sociales Históricas*, que se han venido arrastrando de generación en generación (Alvarez, 2024), esto se enfoca más en proyectos de infraestructura, que mayoritariamente se asimila como un desarrollo humano..

Para ello es necesario superar aquella visión tradicional de Desarrollo Local basado en una supuesta “*Descentralización*”, concepto acuñado tradicionalmente, cuando los proyectos eran ejecutados por las Municipalidades en las diferentes comunidades, ahora, y regresar al modelo original, esto significa que los proyectos de infraestructura y programas sociales siempre se estarán desarrollando en las comunidades, cambiando únicamente el ente ejecutor, en este sentido, la descentralización de la inversión pública no depende del ente ejecutor, sino de las comunidades en donde esto (inversión) se desarrolle, considerando para ello a las empresas, mano de obra calificada y operarios de las comunidades, para su dinamización económica.(Ibíd)

El otro tema en discusión, es el concepto de *Desarrollo Social*, que parte del principio que, para que este exista, debe de *Priorizarse* sobre las necesidades *Básicas Humanas* de los ciudadanos, garantizando gradualmente la reducción de las *Desigualdades Sociales*, porque “*No podemos invertir en obra de infraestructura (obra gris) en algunas comunidades, cuando en otras, no*

existen servicios básicos de agua potable y energía eléctrica”, anteponiendo la priorización, como criterio técnico para la inversión.(Ibíd)

Esta nueva Dirección Gubernamental (DOM), tiene un gran potencial para convertirse en una política pública de inversión integral y transversal, que corrija la plana en algunos de los desaciertos se han venido cometiendo a lo largo de los años como la falta de priorización en la inversión, que no ha primado sobre las necesidades humanas básicas fundamentales de los ciudadano, asimismo, procure una Cultura de desarrollo *Articulado*, garantizando la inversión en *Convenios*, con las diferentes entidades gubernamentales; ANDA, MOP, FOVIAL, MAG, MITUR, etc., particularmente en materia de mejora de infraestructura básica-productiva y/o formación de Capital Humano, que generara un impacto real en la calidad de vida de los ciudadanos.(Ibíd)

Finalmente, “Prefiero la mal llamada Centralización para la igualdad de oportunidades, que el modelo tradicional de *“descentralización”* cuando esta generaba o mantenía las desigualdades sociales que resignaron a varias generaciones, a vivir en condiciones de pobreza. (Ibíd)

2.19. Enfoques de Competitividad

El término competitividad, en su forma más común, se refiere a la medida en la cual una nación, en condiciones de libre mercado, se encuentra en la capacidad de fijar los precios de los bienes y servicios producidos localmente para competir en los mercados internacionales.

Dicho de otra forma, para Warner (A., 2007) “un país es competitivo cuando los precios de sus productos y los costos salariales y de insumos que inciden sobre ellos en los mercados mundiales son relativamente menores a los de los demás países competidores” (Ibíd)

De forma general, la definición anterior del término sigue aplicándose de igual manera en la actualidad; sin embargo, durante los años 80 y 90, con la instauración del neoliberalismo como pensamiento económico hegemónico, la competitividad empieza a contener una mayor gama de aspectos, tales como la globalización económica, innovaciones tecnológicas, un menor protagonismo del Estado en la economía, etc.

Para Warner (2007)⁵ se debe a que con una mayor liberalización de los mercados se experimentó un incremento del comercio internacional y, con ello, su impacto en el crecimiento

de las economías mundiales, consolidándose un enfoque neoliberal tradicional de la competitividad (Ibíd.).

Paralelamente, durante esas dos décadas, se percibió un desempeño insuficiente del comercio internacional. En las economías desarrolladas, el comercio de productos manufacturados se encontraba dentro de una tendencia decreciente, mientras que en los países en desarrollo el panorama se tornaba aún más desalentador, por lo tanto, en estos dos segmentos de nación, la percepción de una crisis fue lo suficientemente extendida, despertando un interés aún mayor en la competitividad de las exportaciones (Ibíd.).

Bajo este contexto, según Warner (2007), la solución al problema de mejorar la competitividad se encuentra enmarcada en un amplio debate. Durante las últimas décadas, el enfoque predominante de la competitividad ha estado conducido por las ideas de la visión neoliberal tradicional, que mantiene las percepciones convencionales de competitividad internacional, en el cual se plantea la necesidad de mejorar la competitividad de una nación, objetivo que sería alcanzado disminuyéndose los costos laborales unitarios (costo por trabajador), que implica mano de obra relativamente más barata y poco calificada, insumos y factores de bajo costo, así como la pérdida del valor nominal de la moneda local frente las divisas extranjeras (devaluación), para abaratar el precio de los bienes y servicios de exportación y volverlas más atractivas y competitivas en los mercados mundiales por la vía de los precios.

Complementariamente, este enfoque neoliberal tradicional también asigna un papel fundamental a la globalización económica, la cual incluye innovaciones tecnológicas que se transfieren y mejoran internacionalmente, lo cual implica la incorporación de nuevas y mejores tecnologías y métodos innovadores dentro del proceso de producción como una forma de disminuir los costos laborales unitarios, minimizar los costos de producción, aumentar la productividad y, consecuentemente, abaratar el precio de los productos transables.

Otro elemento que se incorpora en un contexto de globalización son los Tratados de Libre Comercio (TLC), que permiten eliminar las barreras comerciales entre países, tales como aranceles y restricciones cuantitativas al comercio y, de esa manera, impulsar el comercio internacional, apoyados con políticas de liberalización que otorguen una mayor libertad económica a los mercados tanto locales como internacionales.

Sin embargo, dentro del enfoque neoliberal, para Porter (Michael, 2005) “una nueva percepción de competitividad ha ganado fuerza a partir de las críticas al enfoque tradicional. Esta definición de competitividad y sus implicaciones dentro del abordaje convencional constituye un juego de suma cero, es decir, que lo que representa una ganancia para una nación se traduce en una pérdida para otra, además de perjudicar el nivel de salarios y el valor nominal de las divisas”.

Según Porter (Ibíd), “el enfoque tradicional de competitividad constituye una visión defectuosa, que perjudica el progreso económico nacional. Ante esta problemática, propone una nueva percepción de la competitividad enmarcado dentro del enfoque neoliberal basado en la productividad y ventajas competitivas, el cual se denomina comúnmente como enfoque real de la competitividad”.

Por esta razón, Porter (2005) menciona que la competitividad está estrechamente ligada con una utilización eficiente de los recursos: la productividad con la cual una nación dispone de sus recursos económicos, naturales y humanos, misma que depende del valor de los bienes y servicios de un país, determinados por los precios de compra en los mercados mundiales y la eficiencia con la que se producen. En otras palabras, la competencia se mide en base a la productividad (Ibíd.).

Por tanto, la competitividad no se ve principalmente impulsada por los bajos costos de los insumos y mano de obra barata y poco calificada, sino que es propiciada por las ventajas competitivas, que consisten en la introducción de procesos únicos y diferenciados que surgen a partir de una mayor capacitación de los trabajadores y mayor innovación tecnológica, con el objetivo de incrementar la productividad en el uso de los factores productivos.

Desde este enfoque, la productividad logra que la competitividad sea sostenible, en el sentido que permite a una nación lograr altos niveles de vida, mantener altos salarios y una rentabilidad de capital atractiva. En este sentido, lo fundamental no son las exportaciones o si la empresa es local o extranjera, sino que es el tipo y la productividad de las actividades dentro de un país (Ibíd.).

No obstante, este enfoque supone que las empresas generadoras de competitividad dentro de las economías que se vuelvan más productivas serán aquellas que prosperarán. Por tanto, esto supone una visión predatoria de la competencia en cuanto a las empresas más pequeñas, las cuales suelen ser empresas locales emergentes. Por este motivo, estas se encuentran en una clara

desventaja frente a la gran empresa y las empresas transnacionales, pareciendo no tener más opción que fracasar. Es por esto que resulta necesario considerar un enfoque más inclusivo, con más participación de las comunidades dentro de la región y con un enfoque que no priorice la competitividad por encima del desarrollo humano.

2.19.1 Enfoque sustentable de la competitividad

Este enfoque emergente de la competitividad pone de manifiesto la discusión de la crisis económica internacional, social y financiera, exponiendo que estos efectos son consecuencia de un enfoque neoliberal predatorio que no muestra mesura al uso de sus medios para alcanzar mayores niveles de competitividad.

Bajo esta nueva percepción, Canzanelli (Canzanelli, 2004) menciona que el desarrollo humano como factor de competitividad posee un enorme aporte potencial, por medio de una conexión retroalimentaría entre objetivos económicos, sociales y medioambientales para propiciar el desarrollo, tanto humano como económico, así como la diferenciación y especialización dentro de los territorios.

La competitividad sustentable según Canzanelli (Canzanelli, 2004) es, la existencia del mercado como ente facilitador de los intercambios a nivel local y mundial. El propósito principal bajo este enfoque es reformular la noción básica de competición para convertirlo en un concepto que implique que su funcionalidad no se limite estrictamente al ámbito económico bajo una racionalidad de costo-beneficio, sino que, a su vez, coexista con el sistema social, educativo y medioambiental.

La principal razón del planteamiento anterior es que resulta difícil lograr incrementos en la productividad si, dentro de los territorios, no se dispone de un apropiado sistema de salud y educación. Esto dificulta la competitividad ya que no se puede concebir el hecho de lograr altas tasas de productividad si, territorialmente, no se dispone de elementos que propicien un bienestar social, como lo son la salud, educación y condiciones medioambientales propicias.

Adicionalmente, se plantea la importancia de la especialización dentro de los territorios de una nación, en base al enfoque de ventajas competitivas, pero con un enfoque orientado al desarrollo humano sostenible.

Esto se logra incorporando el concepto de competencia cooperativa, que permite dar prioridad a la valorización de los recursos que pueden generar una competitividad sostenible, lo cual se logra mediante la responsabilidad del colectivo social local en forma de cooperativas que monitoreen las condiciones del entorno, bajo el cual se realice la producción, brinden asistencia técnica y faciliten la comercialización, generando una visión unificada de los territorios que posibilite la existencia de equidad social, el respeto y promoción de los valores culturales y la preservación del medio ambiente.(Ibíd)

2.20 Estrategias de desarrollo productivo

El desarrollo productivo consiste en la capacidad de mejorar el desempeño, la calidad y la eficacia de las capacidades operativas dentro de un proceso de productividad; también es el resultado de la capacidad de las fuerzas productivas, es decir, los trabajadores y/o la incorporación de innovaciones tecnológicas.

Su consecución guarda una estrecha relación con el enfoque desde el cual se aborde. En el caso de un enfoque de derechos humanos, el desarrollo productivo está sujeto a estrategias como la elaboración de políticas que brinden a los trabajadores mayores niveles de escolaridad o mejores condiciones de vida para solventar sus necesidades.

Sin embargo, desde un enfoque neoliberal, el desarrollo productivo es un subproducto del crecimiento económico, donde la estrategia principal es mejorar la atracción y aplicación de las innovaciones tecnológicas.

2.21 Transformación Económica

De acuerdo con el Banco Mundial 2019 (Mundial), “La transformación económica consiste en cambiar la naturaleza de los empleos, cambiar lo que hace la gente, cómo lo hace y dónde lo hace. No basta con tener un empleo: lo que marca la diferencia es tener un empleo más productivo, con buenas condiciones laborales y protección social. Además de crear tantos empleos formales como sea posible, también es fundamental mejorar la productividad y los ingresos de los empleos en el sector informal.

Los diagnósticos laborales realizados por el Banco Mundial indican claramente que el grado de transformación económica determina la amplitud de la creación de empleos, así como el alcance de la productividad y el incremento de los ingresos obtenidos a través de los puestos de trabajo.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se describen la metodología, técnicas e instrumentos a utilizados en la ejecución de la investigación sobre la identidad cultural que muestra el sector de comercio en el centro histórico de Santa Ana, departamento de Santa Ana, El Salvador, en el periodo de enero a abril 2024.

3.1 Enfoque de investigación

El enfoque que se utilizó fue el cualitativo, puesto que está orientado en conocer y explicar la realidad de los sujetos de la investigación, su relación con el entorno y de esta manera tener la capacidad de explicar desde diferentes perspectivas los significados que existen para los diferentes grupos o actores implicados en el fenómeno.

Se trató de explicar y comprender la multiplicidad de contextos de la identidad local, cultura y valor histórico y su posible relación en la dinámica de los procesos comerciales que podrían generar interpretaciones relevantes para comprender las acciones humanas en virtud de proponer estrategias que mejoren las oportunidades y las condiciones actuales del bienestar social a través de la cultura e identidad local.

El énfasis de la investigación cualitativa contribuye con “el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes” En ese sentido, la investigación cualitativa nos ayudó a estudiar diferentes objetos para comprender la vida del sujeto a través de los significados desarrollados en sociedad; cabe destacar que la investigación cualitativa según (Sampieri Hernandez R). (., 2014) es una aproximación a la variedad de marcos de interpretación, y como denominador común individuos o grupos que tienen diferentes ideas y conceptos, por lo que conocer, opiniones, percepciones y aspiraciones a los diferentes actores involucrados participantes, fue de base elemental, para aplicar el enfoque; además nos fue útil para comprender como los mencionados visualizan las situaciones que afrontan de manera diferente y sus concepciones del mundo.

Adicionalmente, Creswell (2013) y Neuman (1994) sintetizan que la investigación cualitativa resume desde un punto de vista interno y mantiene una perspectiva analítica a cierta distancia como observador externo; es decir que la técnica de la observación fue clave en este proceso,

puesto que se implementó de forma paralela a las demás técnicas en el proceso de investigación, con el fin de identificar nuevos hallazgos.

3.2 Método

El método que se aplicó fue el fenomenológico-analítico, de manera que se pueda conocer así, las opiniones de población y muestra sobre el problema planteado, con el propósito de encontrar y transformar la realidad que genera el fenómeno a estudiar, el cual genera un impacto en la muestra que es parte de la población investigada; proponiéndoles prácticas diferentes para encarar su cotidianidad con mayor efectividad y aplicar ciertas prácticas para sobrellevarlo; se hace importante el hecho que se conoció como la población conlleva esa cotidianidad en su diario vivir (2), 2014)

3.3 Tipo de investigación

El tipo la investigación que se implementó en la investigación es de tipo descriptivo, puesto que se recabó información con el fin de caracterizar el fenómeno estudiado, las investigaciones descriptivas son útiles para mostrar un conocimiento amplio y comprensión de los componentes o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación de interés, que viene a convertirse en una unidad de análisis (22), 2014)

Por otra parte, se buscó conocer características de la población muestra en relación a cómo logran una total identidad local por medio de la historia y cultura, y en ese sentido a mejorar la economía o bienestar social del mencionado grupo; también cómo el hecho de abonar a la identidad local puede transformar la realidad social que viven los comerciantes, y se hace interesante el hecho de conoció si toman en cuenta la cultura o solo la dimensión económica, enfocándose solamente en generar ingresos sin estrategia alguna.

3.4 Diseño de recolección

La recolección de la información se hizo con a base a los instrumentos de la entrevista y listado de preguntas en el momento de aplicar las entrevistas, como también la lista de parámetros en la aplicación de la técnica de la observación que será durante el proceso de aplicación de las dos

técnicas antes mencionadas, con el fin de responder a las preguntas planteadas y cumplir con los objetivos definidos.

La estrategia para obtener la información fue la realización de visita in-situ entrevistando a la población clave, puesto que la recolección de datos se realizó en tres momentos, según lo establecido en el cronograma, con el propósito de evaluar una situación, población de un sector, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo, en el contexto donde se desenvuelve lo antes mencionado. (Sampieri Hernandez Roberto/ Pág, 2014)

3.5 Tiempo de búsqueda de la información

El tiempo de búsqueda de la información fue para conocer las condiciones que han experimentado los comerciantes y como incide en el presente, ya que se analizó una tendencia del problema en estudio que ha permanecido causando algún impacto en la población muestra, con anticipación al inicio del estudio; para ello se estimó cubrir el mes de noviembre del 2023. La aplicación de técnica se hizo por medio de la observación, porque se procedió a describir el fenómeno influyente en la población de estudio y conocer su distribución en la misma; el investigador no tuvo mayor intervención, puesto que se limita a medir el problema, enfocarse en describirlo tal y como se encuentra presente en la población de estudio (Sampieri Hernandez R. P., 2014)

3.6 Espacio de recolección de la información

La recolección de la información se realizó tanto en el contexto bibliográfico, como in situ en donde se desenvuelve la población, y el territorio, es el centro histórico del municipio de Santa Ana y se abordaron por medio de entrevistas a comerciantes, actores locales de instituciones y entidades del gobierno local.

3.7 Población y sujetos de estudio

3.7.1 Población

La población estuvo conformada por 33 personas ubicadas en el centro histórico del municipio de Santa Ana, los cuales son personas comerciantes, o responsables de familia con más de un año de laborar en el lugar y dedicarse al trabajo comercial informal no empleadas en puestos de

trabajo formal o plazas fijas, clase social trabajadora; aunque esta población no cuenta con un jefe debe regirse las ordenanzas municipales y cumplir con pago de impuestos.

Además de esto entre la población participante, se incluyó personal representante de la alcaldía municipal, en cargos de jefatura o referente, y otros representantes de entidades como mencionar a CONAMYPE ya que tiene influencia en las políticas de desarrollo territorial del municipio.

3.7.2 Tipo de muestreo sobre los sujetos de estudio

Como tipo de muestra se implementó el muestreo no probabilístico y se tomó la técnica del muestreo por conveniencia, ya que se ha constatado una población accesible a su abordaje, con intereses comunes y distintos rasgos, como son el sexo y género, además de la clase social en donde se desenvuelven, en donde en ese mismo ambiente se realizó dicha técnica, como mencionar también las diferentes percepciones culturales y de igual forma como se concibe en colectivo (382), 2014).

3.7.3 Criterios de Inclusión

Para definir a los sujetos clave de la investigación se establecieron los siguientes criterios de inclusión:

Tabla de criterio de Inclusión

N°	Criterios de inclusión
1	Comerciantes del centro histórico del municipio de Santa Ana
2	Género masculino y femenino.
3	Entre las edades de 21 a los 65 años.
4	Que al menos tengan una actividad económica permanente en el centro histórico del municipio de Santa Ana
5	Consentimiento de los comerciantes y autoridades locales para formar parte del proceso de investigación

Tabla de criterios de exclusión

N°	Criterios de exclusión
1	Que las edades no correspondan a las edades seleccionadas
2	Que los comerciantes no tengan actividad económica permanente en el centro histórico del municipio de Santa Ana
3	Que los comerciantes o las autoridades locales no quieran participar del proceso de investigación
4	Estos criterios de inclusión y exclusión les darán validez y confiabilidad a los resultados de la investigación.

3.7.4 Sujetos de estudio

Luego de estructurar los criterios de inclusión y exclusión se determinó, con base a los mencionados, quiénes serían los sujetos de estudio a partir de los cuales se obtuvo la información, constituyendo la muestra. Uno de los principales efectos que se logró para recabar información idónea, es que cada sujeto aportó, con base a lo más cercano al problema de investigación. Basándonos en algunos autores que recomiendan tamaños de muestra mínimos según el tipo de estudio; por lo que para un estudio descriptivo se sugieren como mínimo 12 casos (Sampieri Hernandez R. 4., 2018)

Tabla sujetos de estudio de la investigación

Sujetos para entrevistar	Características	Muestra	Muestra total
Comerciantes	Vendedores del centro histórico de Santa Ana, responsables de familia	12	12
Actores locales	Referentes de instituciones públicas y privadas	6	6

	del centro histórico de Santa Ana		
Población general	Comerciantes no necesariamente del centro histórico, tampoco responsables de familia	15	15

3.7.5 Fuentes de información secundaria

Revisión bibliográfica: Se consultaron libros, tesis, documentos e investigaciones, sitios de internet, artículos por historiadores etc. con el fin de respaldar y ampliar, los conocimientos teóricos relacionados al tema de investigación. Así como también, la revisión de la memoria histórica y cultural del Municipio de Santa Ana.

3.7.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó es la entrevista semiestructurada. Esta técnica ofreció un grado de confiabilidad, a la vez que mantiene la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio. Este tipo de entrevista es la que ha despertado mayor interés ya que se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista de manera relativamente abierta, que en una entrevista estandarizada o un cuestionario” (398), 2014).

Las entrevistas semiestructuradas se apoyaron en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tuvo la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información. Las entrevistas semiestructuradas permitieron al investigador, según su propio criterio, intercalar preguntas y unir algunas, según como se desarrolló la entrevista (93), 2014).

Tabla Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Técnica	Instrumento	Unidad de Análisis
Entrevista semiestructurada	Guía de entrevista	Comerciantes Profesionales o referentes institucionales

3.7.7. Administración de los instrumentos

Antes de aplicar los instrumentos se preparó un bosquejo, en donde se llevaba el orden para brindar información introductoria al entrevistado o participante, sobre el tema investigado para aclarar dudas que se presentaron antes de la aplicación de instrumentos, el cual es el consentimiento informado, en donde se les hizo la mención a la persona entrevistada que el estudio era con fines educativos y/o académicos, y que también si en algún momento deseaba podía retirarse y no continuar la entrevista.

Primeramente, se procedió a la administración de la entrevista a Comerciantes (Ver anexo 1).

Seguidamente, se procedió a la entrevista a profesionales o referentes institucionales (Ver anexo 2) y paralelamente se llevaron a cabo la de los vendedores externos al centro histórico (Ver anexo 3).

3.7.8. Administración de las Entrevistas

Fase Introductoria: Preparación. Es el momento previo a la entrevista, en el cual se planificaron los aspectos organizativos de la misma como son los objetivos, redacción de preguntas guía y abordaje del entrevistado.

Fase Preparatoria. Es la que tuvo como objetivo poner a prueba de manera controlada el diseño metodológico, detectar posibles fallas y realizar los ajustes necesarios para validar los instrumentos de investigación.

Primera fase: Apertura. Es cuando se tuvo la cita con el sujeto y fue el momento oportuno para solicitar su consentimiento para grabar o filmar la conversación, en el sitio o lugar donde ejerció

su actividad comercial o de trabajo, en el que se plantearon los objetivos que se pretenden con la entrevista y el tiempo de duración de la misma.

Tercera fase: Desarrollo. Constituyó el núcleo de la entrevista, en el que se intercambió información siguiendo la guía de preguntas con flexibilidad. Es cuando el entrevistador, utilizó sus recursos para obtener la información que se requirió.

Cuarta fase: Cierre. Es el momento que anticipó el final de la entrevista, ya que el entrevistado recapituló mentalmente lo que ha dicho y provocó en él la oportunidad de profundidad y expresó ideas que no mencionó antes. Se realizó una síntesis de la conversación para puntualizar la información obtenida y finalmente se agradeció al entrevistado su participación en el estudio.

3.7.9. Procesamiento

Una vez que las entrevistas se efectuaron, se transcribió para realizar su correspondiente análisis e interpretación. Este proceso repetitivo de recopilación y análisis de datos logró conducir al surgimiento de nuevas categorías (emergentes) durante el proceso de interpretación y teorización que condujo a obtener valiosos resultados.

3.7.10. Análisis de la información

3.7.10.1. El análisis de los datos cualitativos

Consistió en organizar los datos recogidos, transcribirlos a texto y codificarlos. Para tal efecto, se requirió como primer paso identificar los patrones y los temas de los datos recogidos en el estudio y encontrar unidades de análisis para categorizarlas y codificarlas; este proceso consistió en identificar los temas o segmentos dentro de las notas de las entrevistas, documentos u observaciones que se relacionaron con las preguntas de investigación en el estudio.

Los temas fueron las ideas y patrones comunes que se observaron a medida que se leyeron los datos que se recopilaron. A esta parte también se le llama Reducción de Datos, y se refiere al proceso de selección, centralización, abstracción y transformación de los datos que son parte de las notas de campo o transcripciones (Miles & Huberman, 1994).

Muchas veces la reducción de datos ocurre incluso antes de recopilar la información, cuando se plantean de antemano las preguntas de investigación; por otra parte, cuando la información se analiza para sacar las conclusiones.

Para registrar toda la información recabada, se contó con un instrumento la elaboración de una matriz de codificación de datos, la cual permitirá organizar los datos para poder examinarlos y analizarlos de forma estructurada, con esto se podrá dar respuesta a las preguntas de la investigación de forma correcta.

3.7.10.2. Categorización y Codificación

La codificación tuvo dos planos o niveles: Primero, se generan unidades de significado y categorías. Segundo, podrán emerger temas y relaciones entre conceptos. Se utilizó la categorización para comenzar a revelar significados potenciales y desarrollar ideas; para lograr comprender lo que sucedió con los datos.

Las categorías permitieron asignar significados comunes a la información compilada durante la investigación. Los códigos, son etiquetas para identificar categorías, es decir, describirán un segmento de texto, imagen, artefacto u otro material.

Los códigos fueron palabras o números, lo que el investigador encuentra más práctico de recordar y de aplicar. Sirvieron para identificar las categorías que emergen de la comparación constante de segmentos o unidades de análisis (93), *Introducción a la investigación Cualitativa*, 2014).

3.7.10.3. Utilización de software

Con el fin de complementar el análisis de la información y lograr un procesamiento que permita la visualización de los datos, se utilizó el software para el manejo de datos cualitativos, el QDA Miner Lite, además del uso de los programas ofimáticos como Microsoft Word y Excel.

El programa QDA Miner Lite, permitió obtener una visión gráfica de las categorías en estudio, de tal forma que se observó a través de la nube de palabras aquellas categorías más mencionadas por los participantes en general complementado con el conteo de ellas. Esto permitió representar de forma esquemática los resultados para cada una de las categorías en estudio.

Posteriormente se presentó un consolidado de las respuestas obtenidas por cada uno de los participantes clave, permitiendo la comparación de las opiniones y percepciones de cada uno de ellos, para obtener las conclusiones respectivas. Se optó por diagramas relacionales para tal fin.

3.7.10.4 Matriz de variables de investigación

Operacionalización de las variables

OBJETIVO GENERAL: “Promover la identidad local, como estrategia de transformación en las prácticas comerciales de los comerciantes en el centro histórico de Santa Ana para ampliar sus oportunidades de bienestar social”.

TIPO DE VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	Dimensiones	Descripción Operacional de Indicadores	Unidad de Análisis	Preguntas
Identidad Local	Acciones que hagan referencia al sentido de pertenencia, a las costumbres y tradiciones del territorio	Conocimiento Cultural	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento de costumbres y tradiciones del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Comerciantes 	<ol style="list-style-type: none"> ¿Mencione algunas de las tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio? ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica del municipio de Santa Ana?
		Conocimiento Histórico	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento de la riqueza histórica del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Profesionales 	<ol style="list-style-type: none"> ¿Podrían mencionar algunas prácticas de tradiciones o costumbres bien identificadas en el territorio del centro histórico? ¿Cuáles son los principales elementos de la riqueza histórica
		Sentido de pertenencia	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de elementos artísticos o culturales 		

			reconocidos como propios		que posee el municipio de Santa Ana?
Prácticas comerciales	Acciones de comercialización o promoción que tienen como finalidad la venta del producto	Comercialización Mercado Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Número de productos que ofrece • Tipo de consumidores que son abordados • Nivel de ingresos que se perciben con las ventas 	Comerciantes	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuántos productos ofrece a los consumidores en el centro histórico? 2. ¿Qué tipo de productos ofrece? 3. ¿Sus productos son fijos o se adapta a las temporadas? 4. ¿En su mayoría, sus clientes son locales o d fuera? 5. ¿Considera que sus ingresos por ventas son suficientes? 6. ¿Sus ingresos le permiten generar un margen de ahorro para atender otras necesidades futuras?

			<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de ahorro que se puede generar con los ingresos • Acceso a servicios básicos y otros • Acceso a financiamiento • Acceso a programas de profesionalización 		<p>7. ¿Podría decir que con sus ingresos puede cubrir el acceso a sus servicios básicos?</p> <p>8. ¿Considera que, de acuerdo a su actividad, tiene acceso a financiamiento?</p> <p>9. ¿Tiene acceso a capacitación o formación de parte de alguna entidad o institución del estado?</p> <p>10.¿A su criterio, podría la identidad local promoverse para mejorar sus prácticas comerciales?</p>
				Profesionales	<p>1.¿Tienen identificados el número de comerciantes informales en el centro histórico?</p> <p>2.¿Existe algún registro de su información a partir de categorías como: género, edad, tipo de productos que ofrecen, entre otros?</p>

					<p>3.¿Tienen algún dato referente a las personas que visitan el centro histórico en el mes?</p> <p>4.¿Existe alguna estadística de las ventas generadas en esos períodos con los comerciantes informales?</p> <p>5.¿Tienen identificadas las necesidades de los comerciantes informales en el centro histórico o existe algunas peticiones de ellos?</p> <p>6.¿Existe algún programa de fortalecimiento o de apoyo desde su institución?</p> <p>7.¿Han establecido alguna estrategia de promoción de la identidad local con los comerciantes del centro histórico para mejorar sus prácticas comerciales?</p>
--	--	--	--	--	---

<p>Bienestar social</p>	<p>Población segura que se desarrolla en un marco de respeto hacia sus derechos humanos, y que tiene oportunidades para desarrollar todo su potencial y riqueza para volver sostenible un territorio.</p>	<p>Social Oportunidades Sostenibilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Representación gremial • Acceso a programas de apoyo • Proceso formalización • Formación o capacitaciones para las buenas prácticas sostenibles 	<p>Comerciantes</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Existe gremio de comerciantes informales? 2. ¿Tienen un protocolo de ventas para diferenciar la identidad local de Santa Ana? 3. ¿Aplican buenas prácticas comerciales locales para solicitar mejorar sus condiciones de trabajo y perspectivas de desarrollo? 4. ¿Tienen claro el proceso para formalizarse como microempresa? 5. ¿Reciben alguna capacitación u orientación de alguna entidad del gobierno para aplicar buenas prácticas comerciales desde un enfoque sostenible?
-------------------------	---	--	--	---------------------	---

				Profesionales	6.¿Existen canales de comunicación entre las autoridades y los representantes de los comerciantes? 7.¿Existen programas de apoyo para los comerciantes? 8.¿Hay algún programa u apoyo para fomentar la formalización?
--	--	--	--	---------------	---

3.8 Tratamiento de la información obtenida

Contando con las entrevistas, y luego de haberlas grabado y transcritas se realiza su correspondiente análisis e interpretación. Este proceso de recopilación y análisis dio pie a ciertos hallazgos que pueden contribuir a la creación de nuevas categorías de observación, los cuales conduce a valiosos resultados.

3.9 Aspectos éticos y profesionales

Los principios éticos profesionales consignados en el código de ética de trabajo social, hacen mención al secreto profesional y el respeto a la autodeterminación (9), 2006) por lo que se garantizó el respeto, confidencialidad y decisión de respuesta, de igual manera la Declaración de Helsinki de 1964 y otros códigos éticos y de conducta que consideran que los participantes en una investigación tienen al menos los siguientes derechos: estar informados del propósito de la investigación, negarse a participar y garantizar su anonimato (398), 2014).

En relación a lo anterior, a todos los participantes se les solicitó su (Consentimiento informado) aprobación, para participar en la investigación y hacer uso de los datos obtenidos a través de los instrumentos y técnicas de recolección de datos. Se les proporcionó un documento donde firmaron haciendo constar estar de acuerdo con su participación, bajo los términos de la investigación.

3.10 Protección de la información

Se garantizó la de protección de datos personales que fueron obtenidos mediante los procesos de entrevista y de encuesta en función de la legislación aplicable; por lo tanto, se dejó claro que la información obtenida sería de uso exclusivo para la investigación o fines educativos de la misma, y que los datos obtenidos serían utilizados con diligencia, de manera honesta, transparente y responsable. Así mismo, se esclareció que se ocultarán los datos proporcionados por los informantes, tales como nombres propios, cargos u otros que se consideren pertinentes.

3.11 La identidad de los informantes

A fin de obtener información más detallada y veraz, durante el proceso de recolección de datos y posterior emisión de hallazgos, se reservó las 33 identidades de los informantes, tales como, nombre completo y número de identificación, a fin de que puedan responder con más comodidad y señalar información específica sobre lo consultado en los instrumentos.

3.12. Los hallazgos

Durante la fase de redacción de los hallazgos de la investigación, la redacción de la información de los procesos, los informantes, cargos y demás información sensible fueron procesadas del mismo modo que se obtuvo en los instrumentos, bajo los mismos pseudónimos y medidas de protección cuando fue aplicable, procurando que la información no perdiera su sentido y esencia.

3.13 Análisis de Resultados.

Se utilizó una matriz donde se ubicaron los resultados y la información obtenida en cada una de las interrogantes o criterios de observación que cada uno de los entrevistados proporcionó. Además, se incluyó en la matriz un resumen de las respuestas de todos los entrevistados a cada interrogante, por parte del investigador.

1° Matriz. Indicando las respuestas de cada uno de los comerciantes del centro histórico del municipio de Santa Ana.

Se realizó con cada uno de los comerciantes del centro histórico del Municipio de Santa Ana que participen de la investigación.

2° Matriz. Indicando las respuestas de cada uno de los representantes o referentes de instituciones

3° Matriz. Indicando las respuestas de cada uno de los comerciantes externos al centro histórico del Municipio de Santa Ana.

3.14 Categorización y Codificación

La codificación tiene dos planos o niveles:

- Primero, se construyeron unidades de significado y categorías.
- Segundo, se verificó el surgimiento de temas y relaciones entre conceptos.

Se utilizó la categorización para comenzar a conocer significados significativos y desarrollar ideas; se logró comprender lo que sucedió con los datos. Las categorías permitieron asignar significados comunes a la información compilada durante una investigación. Los códigos son etiquetas para identificar categorías, es decir, describieron un segmento de texto, imagen, artefacto u otro material.

Los códigos pueden ser palabras o números, lo que el investigador encontró más fácil de recordar y de aplicar. Fue útil para identificar las categorías que emergieron de la comparación constante de segmentos o unidades de análisis (93), *Introducción a la Investigación Cualitativa*, 2014).

3.15 Utilización de programa software

Con el fin de complementar el análisis de la información y lograr un procesamiento que permita la visualización de los datos, se utilizó el software para el manejo de datos cualitativos, el QDA Miner Lite, además, del uso de los programas de ofimática como Microsoft Word y Excel.

El programa QDA Miner Lite, permitió obtener una visión de distribución frecuencial en forma gráfica de las categorías en estudio, de tal forma que, se pudo observar a través de la nube de palabras aquellas categorías más mencionadas por los participantes en general. Esto ayudó a representar de forma esquemática los resultados para cada una de las categorías en estudio.

Se compartió un consolidado de las respuestas obtenidas por cada uno de los sujetos de estudio, permitiendo la comparación de las opiniones y percepciones de cada uno de ellos, para obtener las conclusiones respectivas.

CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo, constituye el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación realizada a los comerciantes informales del centro histórico de la ciudad de Santa Ana sobre su percepción de la identidad local a partir del valor histórico como estrategia de transformación económica en sus actividades comerciales y el enfoque de oportunidades de bienestar social y económico que este tema representa.

La investigación se basó en un enfoque cualitativo, realizando entrevistas a personas comerciantes del sector informal que ejercen su actividad en el centro histórico del municipio; también incluyó representantes de instituciones que son autoridades locales encargadas de promover el desarrollo local; adicionalmente, también se consideró una muestra de comerciantes externos al centro histórico del municipio. La aplicación de este método permitió conocer el impacto en las personas comerciantes del centro histórico de Santa Ana y como se logran promover desde el valor histórico y la identidad local para mejorar su bienestar social y económico.

Este análisis e interpretación de datos, se basó en el contexto de los comerciantes informales del centro histórico de Santa Ana y que también se ubican en distintas partes del mismo lugar, por otra parte, también se tomó la participación de referentes institucionales y comerciantes asociados a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) que han conllevado un proceso de acompañamiento y formativo de los mismos, así como de la Alcaldía Municipal de Santa Ana en el ordenamiento del territorio y su visión de desarrollo.

La pérdida de la identidad y la memoria histórica como fenómeno son factores entrelazados para el comercio informal, en un municipio que su patrimonio y cultura representa atractivo a la población local y externa. A través de la recopilación y análisis de datos cuantitativos, este capítulo buscó identificar la importancia de la memoria histórica del lugar para la generación oportunidades de transformación económica en las prácticas comerciales del sector informal de comercio.

Uno de los hallazgos significativos revelados por la información obtenida, en el análisis de las preguntas, es el poco acompañamiento de las autoridades para atender sus necesidades, tanto en la parte de apoyo para mejorar sus condiciones, como también la falta de un mercado para las

personas que se dedican a comercializar de manera informal, y también desde el ámbito político, la administración pública de la Alcaldía de Santa Ana no ha generado apertura para brindar espacios de participación para el trabajo comercial informal, pues a criterio de los comerciantes, existe acoso, pocas alternativas y un nulo acercamiento de las autoridades para resolver sus demandas, por lo que se conoce que los ingresos de las personas que se dedican a sus emprendimientos no son suficientes para mejorar su calidad de vida. Asimismo, dependen en gran medida de su “rebusca” para mejorar sus ingresos al tener que ofrecer productos muy diversos y elaborados en otros países.

Para conocer las percepciones de las diferentes muestras investigadas, se evaluaron 3 Categorías con 9 códigos respectivamente, en las cuales, se pidió la opinión de los entrevistados. A continuación, se detallan las variables y categorías investigadas.

Categoría	Código	Descripción
Identidad Local	Cultura	Reconocimiento de acciones, comportamientos, costumbres y tradiciones del territorio
Identidad Local	Historia	Reconocimiento de fechas importantes, acciones, lugares o momentos trascendentales del centro histórico
Identidad Local	Sentido de pertenencia	Identificación de elementos materiales o inmateriales propios con sentido artístico o de propiedad de los ciudadanos entrevistados
Prácticas Comerciales	Comercialización	Acciones de realizar la venta o intercambio de productos con las personas
Prácticas Comerciales	Mercado	Tipo de consumidores o demanda que tiene sobre sus productos y servicios
Prácticas Comerciales	Ingresos	Retorno de lo que invierte o dinero que percibe para atender sus necesidades
Bienestar Social	Asociatividad	Capacidad de organización o representatividad del gremio de comerciantes

Bienestar Social	Oportunidades	Acceso a programas de apoyo para mejorar sus condiciones de vida
Bienestar Social	Sostenibilidad	Acciones que mejoran la calidad de vida propia y de otros a través de un equilibrio entre medioambiente y economía.













4.1. Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas a comerciantes del sector informal centro histórico.

4.1.1. Se presenta una tabla del total por género entrevistadas.

Masculino	7
Femenino	5

De acuerdo a la utilización del software QDA Miner Lite para análisis de datos se obtuvieron los siguientes resultados, luego de haber procesado la información recabada por medio de las entrevistas.

4.1.2. Tabla en donde se refleja las variables y las categorías que se abordaron en las entrevistas a los comerciantes del centro histórico.

	Cuenta	% Códigos	Casos	% CASOS
 Identidad Local				
 Cultura	30	11.7%	1	100.0%
 Historia	6	2.3%	1	100.0%
 Sentido de pertenencia	18	7.0%	1	100.0%
 Prácticas Comerciales				
 Comercialización	31	12.1%	1	100.0%
 Mercado	13	5.1%	1	100.0%
 Ingresos	57	22.2%	1	100.0%
 Bienestar Social				
 Asociatividad	13	5.1%	1	100.0%
 Oportunidades	69	26.8%	1	100.0%
 Sostenibilidad	20	7.8%	1	100.0%

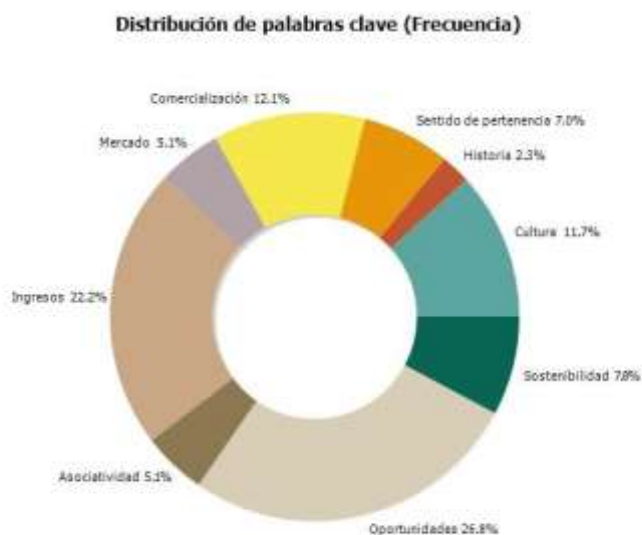
En la primera variable sobre Identidad Local, los comerciantes del centro histórico se muestran hicieron alusión a la Cultura de Santa Ana con un total de 30 menciones lo que corresponde a un 11.7% pues de acuerdo a ellos a nivel regional la ciudad se puede diferencia sobre otras

regiones; en segunda instancia, mencionaron el Sentido de Pertenencia con 18 menciones lo cual equivale a un 7% del total; ambas categorías se consideran como de mayor significado para los comerciantes para lograr mejores condiciones de Bienestar.

En la segunda categoría sobre Prácticas Comerciales, la población muestra tiene su mayor énfasis en la generación de Ingresos y así suplir necesidades lo cual lo ubican en un 22.2% con 57 menciones: y el segundo porcentaje más alto, es la importancia para Comercializar con un total de 12.1% equivalente a 31 menciones pues de la oferta de productos y de la demanda que pueden suplir generan sus recursos para sobrevivir. En esta parte, los entrevistados expresaron en diferentes oportunidades la importancia de tener un espacio de comercialización para ellos pues muchos emigraron a ese sector posterior al siniestro del mercado municipal.

En la tercera Categoría sobre Bienestar Social, los comerciantes en un 26.8% que equivalen a 69 menciones, expresan la importancia de contar con Oportunidades para mejorar sus condiciones sociales y económicas, ya que su prosperidad depende de sus negocios o emprendimientos, como segundo se refleja un 7.8% equivalente a 20 menciones sobre la importancia de las acciones de **Sostenibilidad** para garantizar sus actividades en el futuro.

4.1.3. Gráfica en donde se refleja el porcentaje obtenido por parte de las entrevistas aplicadas a los comerciantes en del Centro Histórico de Santa Ana.



En este caso, podemos identificar que con un 26.8% los entrevistados señalaron con mayor significado de importancia, la necesidad de mejorar el acceso a las **Oportunidades** para comercializar y mejorar sus condiciones. En segunda instancia, destacan la importancia de generar Ingresos con un 22.2%; ambos constituyen los elementos más importantes para criterio de los comerciantes. Sin embargo, los criterios de **Comercialización** 12.1% y **Cultura** 11.7% también son factores a tomar en cuenta para lectura de la situación actual.

4.2 Análisis e interpretación de los resultados de las entrevistas a referentes institucionales.



De acuerdo al resultado expresado en el gráfico de palabras claves, en las entrevistas realizadas a los referentes institucionales se puede ver que, los conceptos más mencionados y relacionados son: Oportunidades, Ingresos, Comercialización, Cultura.

4.3 Análisis e Interpretación de los Resultados de la Entrevista a muestra del sector comercio informal del centro histórico.

1. Mencione algunas tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio de Santa Ana

Muestra	Respuesta
1	La celebración de la señora de santa es la más común, en el municipio
2	Las fiestas julias, si son en julio y son en honor a nuestra señora de Santa Ana la mama de la virgen maría
3	Las fiestas julias son las más famosas, pues así nos reconocen en el país.
4	Las tradiciones las tiene más la iglesia evangélica, porque sacan los vía crucis, son las tradiciones, pero algotras cosas, las fiestas julias
5	Que quiere decir eso, ah bueno las fiestas julias y las de san salvador,
6	No comprendo que costumbres, las fiestas julias son mencionadas por las ruedas y a la catedral
7	Mire, yo digo que las fiestas julias, las procesiones de semana santa y la feria del dulce, eso es acá verdad, pero puede que hayan otras.
8	Mmm la verdad que yo digo que las fiestas julias son las que son tradición en santa ana, quizás tal vez comer panes chucos porque la gente así los conoce, pero no sé, yo digo que esas 2 son las que le puedo decir.
9	Pues tradiciones, quizás pienso verdad, tal vez las fiestas patronales porque son bien conocidas y viene mucha gente de todo el país, y también turistas gringos va.... A ellos les gusta el ambiente que se da en el parque, pero este año a saber que tal porque este alcalde no nos deja trabajar mucho... pero como le digo puede que esas sea la principal.
10	Yo creo que las fiestas julias, es que mire... ahí sí que uno aprovecha porque se vende un poquito, ¡ahh! y semana santa porque también viene mucha gente de fuera, es gentío la que viene a la catedral y al centro histórico.
11	Mire, ahí creo yo que como tradiciones así tal cual la palabra lo dice, quizás nos cuesta identificar una va, porque no somos tan de costumbres como otros lugares, pero pienso que la gente conoce más “santana” por las fiestas

12	Acá las tradiciones no cambian, son las mismas que ud ve, la gente camina tranquilamente, se sienta, trae a sus hijos a catedra, comen alguna chuchada se toman fotos, tiran maicillo a las palomas y se van... y hoy como tanto centro comercial que hay ya ni compran mucho, nos hemos jodido los pobres porque ya la gente no es la misma de antes, todo se pierde con el tiempo, si no mire a todos aquí “todo mundo” con el teléfono en la mano viendo babosadas ni mierda que le ponen atención a lo que está pasando.
----	--

En la mayoría de las respuestas los comerciantes del centro histórico coinciden que Santa Ana se da a conocer por sus tradiciones de celebración de las fiestas patronales y las fiestas religiosas, algo importante es que no reconocen más allá de estos eventos otros elementos asociados a la cultura del municipio.

2. ¿Considera que las costumbres y tradiciones podrían ser relevantes para diferenciar la ciudad y sus productos sobre otras regiones del país?

Muestra	Respuesta
1	Este considero en parte talvez sí, pero siento o de como por, las ubicaciones donde se hace el plus de la fiesta no se les da prioridad a diferentes comerciantes
2	Si porque vienen personas de otras regiones del país solo para esas fiestas y aquí conocen lo que nosotros ofrecemos.
3	Si porque son unas bonitas fiestas que se realizan en el municipio
4	Si porque como hoy están viniendo turistas de otros lados a visitas esta parte
5	No son tan famosas, las de san salvador son más alegres.
6	Es que vaya, yo he visto dos fiestas famosas, por lo menos la de san miguel y la de aquí, porque ya la de san salvador ya no, a veces las de san miguel la sacan por tv y las de san miguel no.
7	Mire yo digo que sí, aunque habría que ver si eso le trae beneficio a uno, porque acá estamos jodidos los emprendedores, no tenemos forma a veces de trabajar y andamos en rebusca.

8	<p>Pues yo digo que tal vez usted, ya ve que aquí uno anda en el negocio, nosotros por ejemplo vendemos de 8 a 5 acá y luego a las 5 nos vamos por la catedral a vender panes... lo que le quiero decir que según como esté el movimiento uno se adapta y sí sería bueno ver que podemos sacar de ahí porque vaya... chalchuapa vende una cosa, metapán otra, solo acá todos andamos con diferentes cosas vea, pero como le digo es la rebusca la que uno ve.</p>
9	<p>Vaya tal vez digo yo que sí a uno lo capacitan puede que sí funcione porque acá toditiitoos pedimos apoyo, pero a veces no nos quieren ayudar, yo digo que si viene alguna organización y nos ofrece una idea verdad y esa idea nos ayuda a mejorar creo yo que sí funciona.</p>
10	<p>Mire pues ahí depende va, porque hay cosas que funcionan así rápido y uno de emprendedor eso busca, que le queda su feriestita para irla pasando, pero habría que ver qué ofrecen y uno ver si acepta, porque acá por eso no hay trabajo porque hay de todo, pero no todo funciona, y ud sabe que uno de “negociante” debe andar en la jugada.</p>
11	<p>Yo digo que sí es algo atractivo para uno y para el cliente pues uno se interesa, pero pues si va, ahí también uno debe ver cómo se va a coordinar eso, porque acá cuando necesitan de nosotros ofrecen proyectos, pero después que quedan y ya comen “frito” se les olvida, como dicen por ahí de “maje agarran al pobre”.</p>
12	<p>Mire si acá uno puede salir adelante, con que no lo jodan uno suficiente, pero vaya, digamos que necesitamos algo propio pero eso cómo sería, porque acá es bien difícil ponerlos de acuerdo, ya la vez pasada quisieron meternos en eso de unos préstamos en grupo, y cómo esas babosadas así cuesta porque la gente piensa bien diferente a otros, entonces así sí sería difícil... a menos que ya una “actoridad” nos coordine tal vez así sí ya la gente colabore, pero como le digo habría que ver qué es y que también nos dejen trabajar aquí... porque vaya ahorita porque vienen elecciones pero a veces los del cam ahí andan jodiendolo a uno, y hoy con eso del régimen no les puede decir nada uno porque le echan la policía y así pierde uno</p>

Gran parte de los comerciantes, están de acuerdo que Santa Ana reúne condiciones para que sus tradiciones puedan diferenciarse sobre otras regiones. Asimismo, algunos de ellos mencionan la poca escucha a sus demandas y lo complicado de la coyuntura para que se les apoye tanto en el ámbito político como en el social y económico.

3. ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica que usted conozca del municipio de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1	La catedral, podría decir, Santa Ana centro, si más que todo catedral
2	Del municipio de santa Ana, déjeme pensar, pues vamos a ver que le puedo contar no es que conozca mucho, pero le puedo decir que, Santa Ana es la segunda ciudad de el salvador de las más importantes tiene una temperatura templada sé que hay varios sitios turisticos y la gente viene a celebrar eso y como le digo vienen como el 21 de julio más o menos
3	El centro histórico, la catedral
4	Si el teatro y la catedral son cultura del antepasado que nunca van a pasar de, atraen los turistas, yo me vine de santa tecla a vender aquí
5	La iglesia el Carmen, san lorenzo el calvario ya tiene siglos de estar aquí, yo tengo 85 años y vine a vender de 15 años
6	No para mí no, porque yo vivo aquí, el teatro no tiene casi, pero quizás porque aquí vivo y estoy acostumbrado a verlas día día, quizás la gente que viene de afuera
7	Mmm catedral, el teatro, la alcaldía, el parque... esos son los que conozco
8	Vaya ahí la alcaldía, o sea los que la gente más identifica va.... Vaya la alcaldía, catedral, el teatro, el sihua, el cerro tecana....
9	Tenemos catedral, el teatro, el parque libertad, y la alcaldía es lo que más visita la gente o le toman fotos
10	Catedral, alcaldía, el centro de artes que le dicen hoy, pero ahí estuvo el cuartel de la policía nacional o la guardia

11	Mire Sta. Ana en eso es el centro histórico porque está catedral, el teatro, la iglesia el Carmen, el calvario, ahh y la alcaldía
12	Aquí la gente viene por catedral y el teatro... se quedan en el parque y ven la alcaldía y nada más

La riqueza histórica del municipio de acuerdo a los comerciantes del lugar, son por excelencia la Catedral, el Teatro de Santa Ana y las iglesias circundantes pues conservan lo colonial y genera atractivo para los turistas.

4. ¿Considera que estos aspectos históricos son elementos que destacan a la ciudad sobre otras regiones del país?

Muestra	Respuesta
1	Si, porque digamos que entran a santa a conocer el municipio, de una sola vez van a la catedral ya que es la primera atracción
2	Si totalmente porque la catedral es la única catedral en el salvador de esta forma de construcción
3	Si porque son únicas
4	Si por mire pues famosa si no estuviera eso que tuviéramos de plante ahí tenemos una linda alcaldía, un teatro yo no soy católico pero el templo esta bonito
5	Ya no se puede mejorar las ventas, para el tiempo que tengo de hacer esto ya tuviera hasta pisto
6	Si viene la gente por la catedral y porque también ellos saben de qué al venir aquí se comen su sorbete, por eso , porque talvez solo pro al catedral porque si, si no hubieran ventas estuviera solo como en san salvador porque hay que galgear aquí, la gente dice voy al parque no a la catedral
7	Sí, creo que sí porque la gente siempre viene
8	Pues a mi parecer sí
9	Sí, sí acá es bonito, a todos les gusta venir y tomar shuco o comer algo en familia

10	Sí, aunque como hoy con tanto metro centro que abren la gente a veces se va para esos lados, no apoyan al comerciante, hay gente que prefiere dejarle a los ricos va.
11	Sí, yo pienso que acá tenemos verdad cosas bonitas, pero hay que darlas a conocer va
12	Mmm sí si, hay diferencia porque nosotros somos la ciudad sucursal del cielo va jajajaja... pues sí así dicen... pero yo pienso que sí, eso que dice ayuda

Los comerciantes del centro histórico coinciden que la riqueza histórica de Santa Ana es única y que puede ser un elemento diferenciador para posicionar la ciudad tal cual lo hacen otras regiones dentro y fuera del país.

5. A su criterio, ¿Podría la identidad local promoverse para mejorar las prácticas comerciales que ya tienen?

Muestra	Respuesta
1	Considero que sí, ya que se contribuye a que haya mejor comercio, no solo por el turismo si no que se dirige a la zona donde está la catedral
2	Claro porque si yo quisiera llevar a otro lado la cultura y yo digo que soy de santa Ana la gente se acercaría más, porque las tradiciones de santa Ana la gente le llama la atención
3	Si porque cuando nos visitan bastante persona ahí aprovechamos a poder vender un poco mas
4	Ahí si esta duro eso, si estamos no se haya que hacer de alternativa, ahí estamos mal
5	Vendo dulces he vendido ropa, he ido a vender a las ferias, he andado en países en partes así mercados ya nos e puede hacer nada
6	Para que visiten mas no sé, que se puede hacer

7	Mire, pues sí, sí a uno lo enseñan, uno aprende y le da mejor atención al turista, fuera bueno fíjese porque yo tuve la oportunidad de ir a unas capacitaciones con una financiera, 2 veces fui y siento que aprendí algo, o sea, era como tratar al cliente me entiende, uno debe ser respetuoso va, y también escucharlo.
8	Yo pienso que sí ayudaría a mejorar verdad, porque uno ve que lo que más se vende acá son cosas que no producimos nosotros y eso sale caro. A nosotros nos toca ir a San Salvador, bueno mi esposa o yo vamos, nos turnamos para no dejar solo acá, porque no podemos dejar de vender
9	Sí yo digo que sí va... solo es de adaptarse y ver que uno tenga algún beneficio de eso
10	Mmmm pues ya viendo una propuesta uno puede evaluar verdad, o sea, no le puedo decir si sí o si no, porque uno tiene que ver primero, pero si es para bien de uno, uno apoya va...
11	Pues sí, yo digo que sí.
12	Sí claro, eso ayudaría porque la gente no conoce su tierra lo propio, hoy solo ven cosas de otro lado, consumen cosas de marca, quizás ya con un poco más de identidad propia digo yo que eso llamaría la atención a la gente de fuera, porque esas cosas son así como de recuerdo para los que se fueron, y para la gente que viene de otros países también les llama la atención llevarse algo de acá verdad, mire acá porque todo el tiempo, todo el tiempo nos han prometido cosas que al final no las cumplen, lo único que cumplen es joder a la gente...pero siendo positivos digo yo que saldremos adelante.

Los comerciantes están de acuerdo en que la identidad local podría ayudar a mejorar sus prácticas comerciales, siempre y cuando puedan tener apoyo no solo en la formación sino también en la preparación de los negocios para alinearse.

C. Información sobre prácticas comerciales

1. ¿Cuántos productos ofrece a los consumidores en el centro histórico?

Muestra	Respuesta
1	Quizás lo más básico, alrededor de unos cinco productos
2	Diferentes tipos productos
3	Se puede decir como cuatro platillos de alimentos
4	Medicina, pastillitas un parqueo negocio
5	Yo hago los productos, y vendo dulces artesanales
6	Sorbetes producto comestible
7	Pues yo vendo juguetes, pulseras, cositas así, no los he contado la verdad, pero son bastantes
8	Acá les tenemos lentes de sol, gorras, llaveros, yo siempre manejo de 5 a 10 productos porque si no la gente se va para otro lugar ud sabe... y en la tarde de 5 a 10 de la noche panes y café.
9	Pues hago lo posible para mantener de varias cosas al mismo tiempo, uno no puede darse el lujo de vender solo una cosa. Tengo collares, tazitas, aritos, pulseras, lapiceros, gorros, sombreros, bisutería completa digamos
10	Pues acá vendo jugos, gaseosas, tortas, hotdogs, es lo que vendo desde hace 20 años
11	Yo acá podría decirse que vendo cositas que la gente busca, cosas sencillas que uno no necesite andar tanto bulto por si uno se tiene que mover... cigarros, cycles, sodas, he vendido cd's, posters, camisas deportivas, gorras, hasta zapatos pues, bueno en navidad como cambia la temporada va, hasta juguetes y alguna que otra cosa china que encuentre y sea buena.
12	Nosotros nos hemos mantenido en este kiosco vendiendo de todo un poco, porque ya ve que la venta es de oportunidad va, si mire, yo he vendido hasta 20 productos,

	pero hoy como está algo mal la venta ya solo tengo lo que en realidad la gente busca, y que también uno le gane un poco más...
--	--

La mayoría de los comerciantes aprovechan la oportunidad de negocio ofreciendo entre 5 a 20 productos, en algunos casos todo lo que pueden y anclando su potencial en lo que ya tienen probado como algo exitoso o que les genera mejores posibilidades de venta.

2. ¿Qué tipos de productos ofrece?

Muestra	Respuesta
1	Productos electrónicos o más que se venden bocinas, cargadores audífonos
2	Comestibles, pupusas, tamales
3	Papas fritas, nachos, hamburguesas
4	Yo soy así no voy con otros que les dicen cachadas
5	Bastante turistas vienen a comprar gracias a Dios que me venden bastante
6	Comestible por todo el tiempo
7	Pues yo vendo juguetes, pulseras, cositas así, no los he contado la verdad, pero son bastantes
8	Acá les tenemos lentes de sol, gorras, llaveros, yo siempre manejo de 5 a 10 productos porque si no la gente se va para otro lugar ud sabe... y en la tarde de 5 a 10 de la noche panes y café
9	Pues hago lo posible para mantener de varias cosas al mismo tiempo, uno no puede darse el lujo de vender solo una cosa. Tengo collares, tazitas, aritos, pulseras, lapiceros, gorros, sombreros, bisutería completa digamos.
10	Pues acá vendo jugos, gaseosas, tortas, hotdogs, es lo que vendo desde hace 20 años
11	Yo acá podría decirse que vendo cositas que la gente busca, cosas sencillas que uno no necesite andar tanto bulto por si uno se tiene que mover... cigarros, cycles, sodas, he vendido cd's, posters, camisas deportivas, gorras, hasta zapatos pues, bueno en navidad como cambia la temporada va, hasta juguetes y alguna que otra cosa china que encuentre y sea buena

12	Nosotros nos hemos mantenido en este kiosco vendiendo de todo un poco, porque ya ve que la venta es de oportunidad va, si mire, yo he vendido hasta 20 productos, pero hoy como está algo mal la venta ya solo tengo lo que en realidad la gente busca, y que también uno le gane un poco más...
----	--

Todos los comerciantes venden diferentes artículos desde comida, ropa, artículos de uso personal, artículos tecnológicos de baja gama entre otros. Básicamente, depende mucho de producción extranjera para comercializar.

3. ¿Sus productos son fijos o se adapta a las temporadas?

Muestra	Respuesta
1	Fíjese que la mayoría son fijos, quizás lo que son el tema de las bocinas si es por temporada ahí por marzo
2	Normalmente son fijos para almuerzo desayunos así
3	Es fijo
4	Voy a vender a ciudad arce en la mañana y en la tarde me pongo aquí
5	No, mucho gasto,
6	Siempre
7	Yo me mantengo con los productos que le dije, solo cositas voy metiendo, pero así en poquito porque la gente ya me busca por lo que vendo siempre
8	Uno se adapta al cliente ud sabe que en la rebusca uno tiene que ver que hace porque la gente busca cosas diferentes según la época, pero no siempre uno tiene para invertir.
9	Nos adaptamos a la temporada o a la moda
10	Yo me mantengo con lo que vendo, mi hermana tiene otro puesto por aquí arribita a la par del puesto de taxis, y ella sí mete cualquier producto que pueda

11	Mire amigo, yo me rebusco, no de balde tengo 30 año de andar en esto, y uno se rebusca, es de andar en la jugada y adaptarse a la moda. jajaja si mire uno hace magia con el poquito dinero que le llega con tal de no decir “no hay”
12	Creo que un 50 y 50... no dejamos de vender lo mismo, pero vamos viendo siempre que otra cosita metemos también... ud sabe que los bichos de hoy solo son modas y uno debe tener, aunque sea algo que llame la atención, algo así de momento verdad, ahí se le gana poco pero se le gana.

Un 95% de los comerciantes se adaptan a las temporadas para tener siempre algo que ofrecer a los turistas locales y extranjeros. Manifiestan estar siempre pendientes de las tendencias o modas para ofrecer productos de temporada.

4. En su mayoría, ¿Sus clientes son locales o de fuera de la ciudad?

Muestra	Respuesta
1	En su mayoría locales
2	En las fiestas julias son turistas y fuera de temporada son del municipio
3	Varían
4	No, pero de eso estábamos hablando si no mejoran las ventas simplemente lo hacemos para no aguantar hambre y usar la inteligencia
5	Son locales la mayoría, bueno así hemos notado
6	La mayoría son turistas
7	Aquí viene de todo, pero más gente de fuera
8	Es parejo, pero hay más turista de otras zonas
9	A nosotros nos buscan más que todo de fuera... el turista nacional no valora
10	Son más locales, quizás por la comida que buscan que sea accesible o van de paso. El turista extranjero compra agua, sodas o de vez en cuando una torta, pero es bien raro.

11	Visitan más de fuera que de acá, es que la gente de afuera se alegra con el ambiente que hay y compra.
12	Mire.... La verdad, es más de fuera, es que, si es observador, la gente de afuera busca historias, que uno le cuente cosas, o platicar por eso se acerca más.

Los comerciantes mencionan que los clientes locales son menores a la proporción de gente de fuera que buscan sus productos. Lo que indica que la dinámica de consumo local debe ser también estimulada para apoyar el sector informal y el comercio local.

5. ¿Considera que sus ingresos por ventas son suficientes para tener lo necesario y cumplir con expectativas o compromisos?

Muestra	Respuesta
1	Quizá para cumplir con expectativas no, pero para salir con lo básico se va saliendo
2	La verdad es que no, necesito ganar más por eso tengo otras ventas para generar más ingresos
3	Si, si
4	Yo no pago casa vivo con mi mama ella me apoya
5	Mi hija que yo tenía se me murió y me dejó una niña de 22 años hasta estudiando la tengo y yo le doy todo
6	Si me alcanza, al menos hay voy
7	No, ya no alcanza el dinero. Lo que uno vende es para irlo pasando. y con suerte uno sea hace de sus cosas. La vida está cara y a nosotros nadie nos apoya
8	Mire... hablemos lo que es... de dar, da... el negocio da, pero ya no como antes, deja poco, pero hay que saber ocuparlo. Mire hay mucha gente que es boba y se endeuda, yo no, yo voy guardando, poquito, pero si no vengo a vender un día no me muero de hambre.

9	Ya ni para los dulces alcanza .. ya la venta no es igual que antes, y la gente hoy prefiere ir a comprar a los almacenes. Nosotros vendemos poquito en línea, pero no da para tanto, por eso solo enhuevado pasa uno y nunca sale
10	No, no alcanza ... uno debe ir dejando de comprar ciertas cosas para ir más o menos pasándola
11	Gracias a Dios, tengo ayuda de mi hermano en USA que me manda poquito y así ajusto para pagar la casa, porque solo de la venta no podría.
12	No, no. Ya hoy uno va coyol quebrado coyol comido, y va para peor esto.

Un 90% de los comerciantes manifiestan no tener los suficientes ingresos para vivir conforme sus expectativas, van casi que al límite y en muchos casos ven como alternativa prestar dinero para poder completar los gastos o para invertir más cuando necesitan.

6. ¿Sus ingresos le permiten generar un margen de ahorro para atender otras necesidades futuras?

Muestra	Respuesta
1	No, no realmente no, para hacer de ahorro no
2	No, para nada
3	Si
4	No
5	No hay quien ayude
6	Uno a veces ahorra pero poco no mucho y como usted sabe que a veces uno, mas que todo a veces si ganamos algo gastamos algo pero si en mi criterio es de que yo como estuve yendo a los alcohólicos anónimos me enseñaron a ahorrar ya sentir que aunque tenga poco no sentir que no tengo no ir coyol quebrado, cuando yo tomaban mientras no me quedaba sin cinco no estaba a gusto y prestaba
7	No, no puedo ahorrar
8	Ahorro, pero poco, no crea que es siempre, pero de los días bueno siempre guardo algo por cualquier emergencia
9	No, ya no puedo ahorrar hay más gastos

10	No. Todo lo que vendo lo reinvierto y pago lo que debo
11	Solo guardo un poquito para ir sacando para mi medicina, a veces ni para eso ajusto.
12	Mmmm ahorro nunca he tenido, solo gastos porque no da para más esto

Un 95% manifiesta no tener margen de ahorro, solo tienen para pagar gastos y en algunos casos para reinvertir en el negocio.

7. ¿Podría decir que sus ingresos pueden cubrir el acceso a servicios básicos?

Muestra	Respuesta
1	Correcto todo lo básico, hogar hijos etc comida.
2	Si eso si
3	Sí
4	Si como vivo con mi mama
5	No me alcanza
6	Mire si me alcanza por lo necesario
7	Sí solo que limitados, no tenemos más que lo esencial
8	Sí, eso lo podemos pagar, aunque hay que llevarlo con medida porque si no se sale del presupuesto
9	Sí, eso lo logramos cubrir, aunque el agua la compartimos con otros familiares
10	No siempre, a veces toca prestar o buscar la manera de pagar o usar menos luz
11	Sí lo logramos pagar porque de lo que vendemos eso es lo primero que pagamos
12	Sí se logra, si uno es cuidadoso con los gastos

Un 95% menciona no tener dificultades para cubrir sus gastos de servicios básicos, pero que en algunos casos recurren a tomar medidas de ahorro de los mismos para evitar salir del presupuesto.

8. ¿Considera que, de acuerdo a su actividad, tiene acceso a financiamiento?

Muestra	Respuesta
1	Este si, en parte si
2	Ya he tenido créditos y si me han dado, pero cuesta no en los bancos si no en las instituciones de créditos y porque los bancos no nos dan crédito y los intereses muy altos
3	Si, la caja de crédito
4	Yo no tenía dinero quería meter unos centavitos al banco agrícola pero no se pudo tendría que presentar facturas no se puede
5	A mi crédito me pueden ofrecer antes si trabajaba con el banco como se llama, como se llama este banco que estaba aquí abajo, este lo pasaron allá por colon ese sí me daba.
6	He evitado meterme en eso, que he sacado algo por letras, pero en préstamo y e quitan mucho por los intereses y un prestamos no se lo van a dar así no las tiene que ir a ver lo que tiene en su casa y a mí nunca me ha gustado
7	No, nadie nos quiere prestar. Solo los “agiotistas” esos sí rápido le prestan a uno, pero el interés es alto
8	Nooo que putas! Si uno tiene que rebuscarse. Los bancos y las financieras ponen muchas trabas para prestarle \$500 para invertir y así mejor lo busco por otro lado
9	Ni mierda, acá lo que uno hace es buscar “prestamistas” porque son los únicos que prestan rápido, eso si, el cobro que hacen es a diario y uno debe tener eso apartado
10	Sí he tenido créditos, pero ya no, porque me fue mal y no pude pagarlo. Pero nadie me quiere ayudar para salir del mal record
11	Es bien raro quien le quiera prestar a uno, y uno de pobre no tiene tampoco escrituras o algo para poner de garantía, porque por \$1000 ya le están pidiendo a uno eso o fiador
12	No, esos bancos cerotes solo para estafar al pobre sirven. Uno llega y ni caso le hacen y eso que uno llega para pedir información, mejor uno se rebusca con algún familiar o prestamista.

Un 40% de los comerciantes manifestó tener o haber tenido la posibilidad de financiamiento a través de la banca formal para capital de trabajo o para gastos personales. El restante 60%

manifestó no tener acceso o no tomar financiamiento por las condiciones desfavorables que tienen con los bancos o financieras.

9. ¿Tiene acceso a capacitación o formación de parte de alguna entidad o institución del estado?

Muestra	Respuesta
1	No, no o
2	Si, en insaforp a veces dan capacitaciones para emprendedores y ahí voy
3	No, no tengo
4	No ninguna vez
5	Nada, aquí cobros vienen, a que les pague aquí el puesto, aquí viene a cobrar puestos
6	Algunos de que si, pero yo no, es que Fíjese hay otra cosa, cuando se asocian así hay algunos que quiere ir encima d ellos vendedores cobrarles ye so esta fregado, los sindicatos, los sindicatos es una asociación, puchica pro parecen que le cobran \$5 al mes
7	Sí tuve hace tiempo una capacitación, pero hace más de 10 años eso
8	No, nunca he estado en capacitaciones
9	No, nada.
10	Mire la verdad no, pero me gustaría estar y ver qué se hace
11	No, pero sí me gustaría ir y aprender, como ya ve que uno nunca terminó la escuela, solo hice sexto grado
12	No, no he recibido ninguna

Un 90% nunca ha tenido experiencia en capacitaciones o en formación técnica para su negocio, la mayoría realiza sus prácticas de negocio por experiencia forjada con el tiempo.

D- Información sobre bienestar social

1. ¿Existe algún gremio de comerciantes?

Muestra	Respuesta
1	No realmente desconozco si existe
2	No estoy seguro yo no estoy en ninguno por si existe
3	La verdad no
4	No, antes hacían cosas directivas decían ellos, estaba los que estaban molestando a la gente hoy gracias a Dios ya no
5	No, no se puede vender en compañeras que te presten porque no pagan, yo por eso de compañeras de cinco mejores trabajos yo sola
	No sé, no conozco
6	No, no. Solo hay unos representantes por un tema del centro histórico, pero no es gremio ni asociación
7	No existe eso, solo se quiso armar como sindicato, porque hay que pelear por los derechos que tenemos, lo malo que la gente que querían elegir solo iba a tener conflictos
8	No, pero se deberíamos tener representantes porque así solos nadie nos hace caso
9	Existe un grupo de representantes, pero solo para cuando la alcaldía lo llama es que se juntan... a saber si el alcalde ya los tiene comprados
10	Existen unos compañeros que son el enlace, pero no hemos podido obtener mejoras sobre nuestras demandas
11	Sí existen representantes, pero no así formalmente
12	No, no que yo sepa así formal

El 75% de los comerciantes manifiestan no estar agremiados o no conocer gremios para representación de sus intereses. Solo el 25% dijo conocer de un grupo de representantes para dialogar con la municipalidad en temas de la construcción del mercado.

2. ¿Tiene algún protocolo de ventas para diferenciar la identidad local de Santa Ana? Se les explica que el protocolo es un guion a seguir para abordar a los turistas de forma estructurada para incrementar las posibilidades de vender: saludo, presentación, preguntas generadoras, despedida.

Muestra	Respuesta
1	Pues prácticamente como s ambulante, no hay un local fijo así por el estilo
2	Pues como usted sabe aquí se venden las torrijas y los jocotes en miel y la gente viene porque les gusta como los preparamos
3	No
4	No, nunca, no hay nada de eso
5	A mi me conocen que he andado en varias partes, pero ya a mi edad muy mayor, ya no puedo andar lejos
6	Eso no, pero yo digo que también depende del alcalde que este, por lo menos cuando estaba arena si queríamos un lugarcito teníamos que pagar para vender, es como un permiso, pero este alcalde no ayuda así, se puede decir que este alcalde no ha apoyado a ningún vendedor, ósea con que aun, le dicen que uno tiene que andar caminando no en un solo lugar hay uno del cam que molestan
7	No, ninguno
8	No, pero sería importante saber cómo tratar al turista para que regrese. Si lo tratamos mal no vuelve y nos jodemos todos jajajajaj
9	No, ninguno
10	Creo que no, nadie hace eso. Cada quien como puede hace la venta
11	¿Qué es protocolo? (se le explica que son los pasos a seguir para darle un buen trato al turista y lograr ventas). Ahhh no, noooo como va creer eso lo hacen los almacenes porque tienen personal acá uno atiende por corazón verdad, como quien dice la experiencia
12	No, nunca hemos usado eso. Solo platicamos con la gente y ahí vendemos

Los comerciantes manifestaron no tener ni manejar protocolos para el buen trato al turista, lo asociaron más con una necesidad de un local fijo.

4.4. Análisis de entrevistas a referentes institucionales del centro histórico de Santa Ana.

4.4.1. Tabla por género a referentes entrevistados.

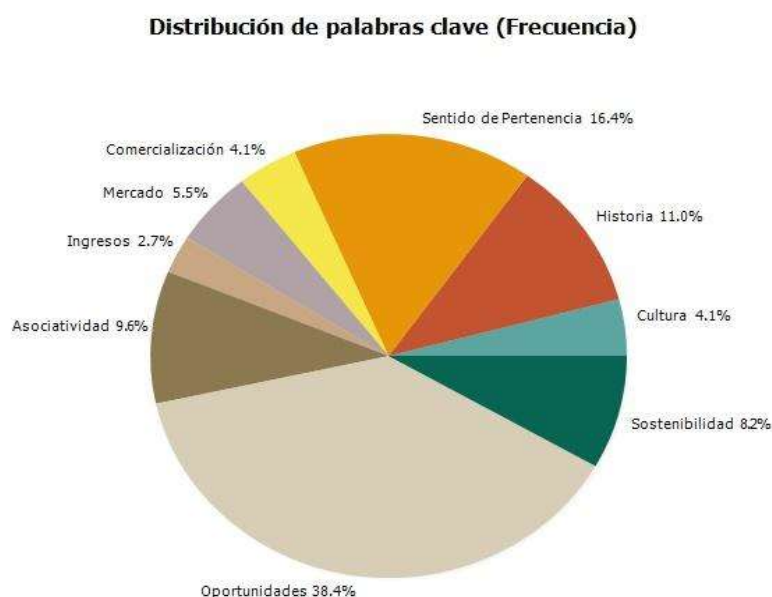
Masculino	3
Femenino	1

4.4.2. Gráfica de conceptual agrupadas sobre entrevistas a referentes institucionales del centro histórico de Santa Ana.



De acuerdo a la información recabada en la aplicación de entrevistas a los referentes institucionales, los códigos más identificados en las categorías son; la búsqueda de Oportunidades para mejorar las condiciones de comercialización para los comerciantes, para lo cual, mencionan en segundo lugar el Sentido de Pertenencia en Santa Ana, en tercer lugar, la Historia del municipio y, en cuarto lugar, resaltando las condiciones de Asociatividad.

4.4.3. Gráfico de pastel sobre la información recabada con referentes institucionales del centro histórico de Santa Ana.



Los referentes institucionales mencionaron un 38.4% el código orientado hacia las Oportunidades, y que juega un papel importante el hecho de Pertenecer 16.4 a Santa Ana puesto que cuentan con popularidad en ciertos productos que se ofrecen, siendo los mejores el calzado y el café, por otra parte, expresaron que la Historia 11% que tiene Santa Ana, es clave para recibir visitas de personas externas al municipio, lo cual permite que los mencionados visitantes consuman de los productos que se ofertan.

4.4.4 Análisis e Interpretación de los Resultados de la Entrevista a los referentes institucionales.

1. ¿Mencione algunas de las tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1 Alcaldía GDC	Como veo poco el centro histórico, es un tema bien delicado porque está inmerso el tema del mercado. Hay muchos vendedores que se adueñan de los espacios, y se acostumbran a no pagar impuesto, a mantener un desorden, eso limita mucho ver las tradiciones de manera vistosa. Básicamente para que las mismas se vean mejor hemos mejorado la presentación del CAO, La Catedral,

	y la recuperación de algunos espacios para que en las fiestas religiosas y fiestas julias se vean mejor. Incluso, traemos diferentes eventos para mejorar la presentación de la ciudad.
2 Conamype	Las principales son las fiestas julias, las cuales las trabajamos con los emprendedores, esa es la más significativa.
3 Alcaldía GDT	Si, bueno... considero que son las fiesta julias... las fiestas julias quizás las más importantes y de paso quizás también la semana santa, la cual también es bastante importante en cuanto a movilización de personas por visitar nuestra catedral.
4 Alcaldía GCE	Pues, tenemos las fiestas julias y la feria ganadera que son las más conocidas de occidente

Los referentes institucionales coinciden que la mayoría de costumbres y tradiciones están ligadas a las fiestas patronales como carta de presentación del municipio.

2. ¿Considera que las costumbres y tradiciones podrían ser relevantes para diferenciar la ciudad y sus productos sobre otras regiones del país?

Muestra	Respuesta
1	Sí, definitivamente. Por eso, la gestión del alcalde ha sido posicionar a Santa Ana como una ciudad referente que pueda atraer inversión extranjera a través de la seguridad que nos brinda nuestro Presidente Nayib Bukele, y al mejoramiento de la ciudad con el proyecto de la nueva construcción del mercado (porque lo contemplamos como parte del centro histórico), también mediante el desarrollo de eventos culturales, así logramos tener una imagen más bonita para que la población de los 35 cantones, 12 barrios, 318 caseríos, vean la ciudad más atractiva en el radio del centro histórico.
2	Con el afán de aprovechar esos festivales o fiestas tan tradicionales, hemos identificado con los comerciantes y empresarios la cadena de producción del calzado, el cual hemos visto que ha sido un eslabón importante en la economía de Santa Ana y otras regiones porque de acá sale para otros lugares. También el café es uno de los productos más demandados, pero el producto del calzado es la

	cuna de esa industria para otras regiones. De hecho, tenemos 2 grupos en el centro histórico que comercializan calzado, textiles y otras cosas. Santa Ana debe potenciarse y posicionarse como una marca, como ud bien lo dice, hay lugares que ya son ejemplo como Metapán en los lácteos. Santa Ana VIVE es una marca que se registró, pero no se publicita. Hemos querido apoyar esto con eventos propios generando condiciones para los emprendedores en el centro histórico, pero la misma municipalidad tiene sus planes de reordenamiento y se han disminuido esos espacios pues también el problema de tráfico que se originaba era otro detalle que había que tomar en cuenta.
3	Sí, definitivamente, porque tenemos un centro histórico muy bonito y con proyectos de mejora a futuro. Por lo mismo, incluso tenemos articulación con instituciones como PNC, Gobernación, Gerencias de la Municipalidad, La DOM, y el Gobierno del Presidente Nayib Bukele
4	Sí, tenemos los suficientes atractivos para destacar. Además, con los diferentes proyectos de mejora de la ciudad, calles buenas, renovación del mercado, y centro histórico, vamos a tener más inversión de empresa privada y visita de otras personas al municipio. Y también recordá, que somos un municipio bastante seguro por trabajar de la mano con nuestro presidente y el sistema de video vigilancia que nuestro alcalde Gustavo Acevedo implementó.

Para el 100% de los entrevistados las costumbres y tradiciones, sirven como elementos que se pueden aprovechar para diferenciar el municipio.

3. ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica que usted conozca del municipio de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1	Pues tenemos el teatro de Santa Ana, la misma Alcaldía, catedral, el CAO, la arquitectura del centro histórico como patrimonio de ciertas iglesias y casas que aún conservan su diseño original, aunque acá creo que la mejor referencia la tiene el Arquitecto Ruano porque él es el especialista por ser el gerente de territorio, pero sí eso son los más importantes.

2	Acá tenemos: La arquitectura colonial de las iglesias, el teatro, la misma alcaldía, casas alrededor del centro histórico que son todavía consideradas como patrimonio. El calzado es tradición también, la cadena de valor como le comentaba se inició con un programa “un pueblo, un producto”, porque acá no solo se tienen la materia prima, también se transforma y se produce en trabajo de calidad hacia otros lugares, y eso se puede vincular fuertemente con lo que ya por todos es conocido.
3	En este caso, tenemos la catedral como el símbolo principal de la ciudad, el parque central, la alcaldía y el teatro. Bueno también podemos decir que el casino santaneco y las iglesias cercanas al centro son atractivos de la ciudad.
4	La Mariano Méndez, Catedral, también tenemos la iglesia El Carmen, y el teatro.

Para los referentes institucionales, la riqueza histórica está concentrada en su mayoría en el centro histórico de la ciudad, desde la arquitectura de los edificios emblemáticos como catedral y el teatro hasta las iglesias y barrios aledaños.

4. ¿Considera que estos aspectos históricos son elementos que destacan a la ciudad sobre otras regiones del país? Si___ No___ ¿Por qué?

Muestra	Respuesta
1	Sí, usted sabe que los santanecos somos orgullosos de nuestra ciudad y de nuestro lugar verdad. Hoy que tenemos una ciudad segura con video vigilancia, que ese es otro proyecto de mi jefe el ingeniero Gustavo Acevedo, en el cual, se tiene control a través de cámaras de lo que pasa en tiempo real, y eso nos da realce con todo lo anterior para destacar el municipio.
2	Sí definitivamente, incluso como conamype hemos trabajado con 2 grupos del centro histórico para sobresalir en el área del calzado, textiles y otros, para presentar una oferta de productos propia, con mano de obra local y con materia prima en muchos casos generada en el municipio.
3	Sí destacamos en el país porque Santa Ana siempre ha sido referente para otras ciudades, y también tenemos el equipo más ganador de la liga mayor, club deportivo FAS que es una marca en Santa Ana.

4	Sí, porque nos identifican a los santanecos por estas obras, también otra gente pregunta por las ruinas de Chalchuapa, o por turicentros en el departamento, pero en el municipio solo son los que le mencioné anteriormente.
---	---

Para todos los entrevistados, los aspectos históricos de Santa Ana pueden diferenciarse sobre otras regiones, solo se deben identificar los atributos locales para promoverlos como es el caso del calzado, los textiles, entre otros.

5. ¿Tienen identificados el número de comerciantes informales en el centro histórico?

Muestra	Respuesta
1	Sí, claro que sí. Recientemente se levantó un censo de comerciantes, la DOM lo pidió porque se hará el mercado y se diseñó la maqueta. Para eso se nombró un comité, porque se quiere hacer un reglamento, no solo para el centro histórico y para el mercado. Si no mal me equivoco se ha hecho según categoría, tipo de negocio, por el espacio que ocupa. El tema del mercado y de necesidades de los comerciantes se trata directamente con la administración de mercados.
2	El dato completo como tal. no lo manejamos, lo debe tener la alcaldía, nosotros contamos con empresarios del calzado que hemos identificado en el clúster.
3	Sí existe un censo, lo maneja otra gerencia y se hizo precisamente con el fin de atender sus necesidades y creo que andaba si mal no recuerdo por 3000 comerciantes.
4	Mire son alrededor de 1000 comerciantes para arriba, porque la verdad es bien difícil dar un dato, porque a veces aparecen más, y otros que se vienen solo por temporada, pero por lo que hemos calculado andan arriba de ese número verdad, pero ahí ud sabe que siempre hay un margen. Porque nosotros intentamos sacar un censo del mercado cuando se quemó y mucha gente seguramente del centro es de ahí, o al menos ahí vendía cerca.

Para los entrevistados, existen datos de los comerciantes del centro histórico que pueden ser entre 1000 y 3000 dependiendo los criterios utilizados para el censo.

6. ¿Existe algún registro de su información a partir de categorías como: género, edad, tipo de productos que ofrecen, entre otros?

Muestra	Respuesta
1	Como le dije, con ese comité se formó una mesa de trabajo para hacer un censo y también para generar un proceso de diálogo y por eso el Alcalde no ha tenido problemas de ataques porque les han informado los avances. Y con lo que me pregunta, se cruzó información con la administración del mercado, gerencia de desarrollo técnico, gerencia desarrollo territorial y los representantes de los comerciantes. El censo se hizo considerando edades, rubro al que se dedican, género, los espacios que tienen en algunos casos, los impuestos que cada uno paga, solo en el mercado son como 2600 puestos, y si lo vemos junto con el centro histórico son como 300 más. Pero a través de eso, hemos detectado que hubo abusos en el caso del mercado porque había gente con más de 5 puestos, los cuales eran negociados bajo la mesa, y ni los impuestos llegaban a la alcaldía, y eso hace que no exista oportunidad a otros; y por eso, existe tanta gente que al no tener oportunidad de puestos del mercado se dedica a la parte ambulante.
2	En el censo del rubro del calzado sí lo tenemos, pero el otro no lo manejamos.
3	Sí todo eso se tiene, porque era necesario establecer perfiles de ellos.
4	Sí, mire al ver la información que se tiene se pueden sacar esos datos... revisar zonas de residencia, género, edad, tipo de negocio, etc, etc.

Dentro de los datos recabados en las instituciones sí se cuentan con registro de comerciantes por categorías y por segmentación de acuerdo a diferentes criterios.

7. ¿Tienen algún dato referente a las personas que visitan el centro histórico en el mes?

Muestra	Respuesta
1	Es variable, pero según sabemos son más de 3000 personas las que a diario se dan cita al centro histórico.
2	No, no tenemos las cifras exactas.
3	Pues no, ese dato no lo tengo a la mano, pero sí es muy significativo. Si lo que me pregunta es en visitantes locales y extranjeros no lo tengo.
4	Mmmmm no, tal vez turismo tenga algo, pero así de personas que visiten la zona incluyendo nacionales no tengo el dato

Ninguno de los entrevistados manifestó tener datos de los visitantes al centro histórico, solo mencionaron que la Unidad de Turismo podía tener actualizada la información. Se intentó contactar a la Licda. Roxana Portillo responsable de la Unidad de Turismo, pero no respondió mensajes ni solicitudes realizadas.

8. ¿Existe alguna estadística de las ventas generadas en esos períodos con los comerciantes informales?

Muestra	Respuesta
1	No, ese dato no lo tenemos.
2	Sí tenemos datos de las ventas anuales de los 30 comerciantes que trabajaban con nosotros, eran todos productores y comercializadores y generaban al menos \$100 mil anuales.
3	No, esa información no la tengo yo. Es complicado tener estimación real. Bueno hoy tal vez sería más fácil medirla porque la gente tiene más ventas porque está más segura.
4	Fíjese que esa información no la tenemos, es más ellos ni siquiera la dieran jajaja ud sabe que si nosotros tenemos información de esa pues uno calcula más o menos lo que pueden pagar en impuestos, sería más justo quizás.

De los entrevistados, solo Conamype manifestó tener cifras estimadas de los comerciantes bajo su proceso de información, los cuales tenían ventas anuales de hasta \$100,000 en un grupo

estimado de 30 comerciantes.

9. ¿Han establecido alguna estrategia de promoción de la identidad local con los comerciantes del centro histórico para mejorar sus prácticas comerciales?

Muestra	Respuesta
1	Pues se tiene la idea de mejorar el centro histórico se tiene con el apoyo de fondos del BID para construir el mercado, para mejorar la parte visual del centro, hacerlo un paseo peatonal bonito, pero eso lleva tiempo. Incluso el BID a pedido que se incorpore los medios de pago digitales para tener mayor alcance en la inclusión financiera.
2	No. Pero sí se tuviera una marca de identidad local establecida, se pudiera dinamizar la economía. El turista demanda muchas cosas, pero tenemos mucho desorden en lo que vendemos y nada nos identifica. Y como le comentaba antes, hubo esfuerzos pero no han logrado posicionarse como una marca de identidad.
3	No, pero lo que ve la gente es que tiene una ciudad segura con video vigilancia, ambulancia, el mismo plan control territorial que tenemos gracias a nuestro Presidente Nayib Bukele, con eso la gente tiene más seguridad y visita el centro histórico con tranquilidad.
4	Mmmm no que yo sepa, pero eso no quiere decir que no se hagan actividades porque traemos noches de rock con la sinfónica, vienen artistas, hay música y otras actividades para darle vida al centro histórico.

De acuerdo a los entrevistados, no se han establecido estrategias claras para promover la identidad local, y los esfuerzos que se tenían como Santa Ana vive, Pueblos Vivos y Un pueblo un producto, poco a poco se han ido diluyendo. Asimismo, creen que la coyuntura actual en materia de seguridad podría ayudar a recibir más visitas si se promueve bien.

D. Información sobre Bienestar Social

10. ¿Tienen identificadas las necesidades de los comerciantes informales en el centro histórico o existe algunas peticiones de ellos?

Muestra	Respuesta
1	Algunas necesidades que tienen que ver con la parte social la veo yo, y directamente, mi unidad se encarga de ser el enlace, hacer el diagnóstico si involucra por ejemplo temas bienestar social: jornada médica, recreativa, deportiva o algo que tenga que ver.
2	Nos buscan para formación, para generarles condiciones donde ellos puedan exponer y visualizar sus productos. Pero dependen de los permisos que ellos tengan para gestionar los espacios porque no podemos chocar con la alcaldía.
3	Sí, hay un sondeo que se hizo y los comerciantes expresaron sus inquietudes a través de un comité conformado por la unidades de la Alcaldía liderado por nuestro Alcalde Gustavo Acevedo
4	En cierta forma sí, pero ahí ya es otra área la encargada, yo lo que podría mencionar es en cuanto a que la gente nos pide a veces materiales para mejorar los puestos, o que seamos menos estrictos con ellos.

Se tienen algunos sondeos de algunas necesidades, manifiestan que la mayoría de comerciantes los buscan para pedir un apoyo en la mejora en las condiciones de espacios de visualización de sus productos o para mejorar sus puestos de venta con materiales. En el caso de Conamype, ellos buscan no invadir el trabajo de la Alcaldía en algunas áreas.

11. ¿Existen canales de comunicación entre su institución y los representantes de los comerciantes?

Muestra	Respuesta
1	Sí, hay una mesa de diálogo con ellos, no es permanente, solo se activa cuando hay que darles una información o cuando se necesita la opinión de ellos.
2	Sí es constante, les firmamos notas para gestionar espacios de comercialización en otros lugares, como la UES, La Zarzamora, INSA, buscando moverse en zonas estratégicas por temas de demanda, condiciones de locales, afluencia de personas.

	No se comparan las ventas que tenían en el centro histórico, pero les apoyamos con lo que esté a nuestro alcance.
3	Sí, existe comunicación a través del comité y los representantes. Lo que sucede que si ud puede ver, bueno entiendo que uds son de Santa Ana, entonces han podido ver que en estos 3 años la gente nos ha dejado trabajar, antes habían huelgas, disturbios incluso, porque esta gente ustedes saben que son algo problemáticos ... o sea, no es que uno discrimine, pero así era, hoy con esta administración desde que está Gustavo Acevedo eso ya no va, hoy hay participación de los sectores.
4	Mire canales siempre existen, ellos saben que hay una manera de atenderles, pero a veces no les gusta esperar y quieren que todo se resuelva a las ya, y así no funciona esta administración porque acá hemos ordenada la casa. En las otras gestiones todo era bajo la mesa, acá no lo es.

En este punto, todas las instituciones mencionan tener comunicación permanente con los distintos grupos de comerciantes del centro histórico. En algunos casos, delegando la comunicación con representantes o la instalación de una mesa de diálogo.

12. ¿Existen programas de apoyo para lograr financiamiento para los comerciantes?

Muestra	Respuesta
1	De momento, hemos tenido solo algunos programas para los retornados de USA que se les ha buscado a través de un hermanamiento que hizo la alcaldía en México para ver si se les da capital semilla para negocios. Y cuando existe un cooperante pues se dan los fondos a los emprendedores siempre y cuando cumplan los requisitos.
2	A pesar que mucha gente es profesional no encuentran empleo y utilizan sus conocimientos académicos para informarse y buscar fuentes de apoyo de dinero, vienen algunos para asesoría, y nosotros los orientamos únicamente.
3	Mmmm acá si no estoy tan empapado, porque sí hubo para los comerciantes durante la pandemia a través del Gobierno Central pero desde la municipalidad,

	nosotros solo gestionamos, pero quizás ahí ya son otras áreas, porque la unidad de Empresa es la que ve eso, pero sí buscan apoyo.
4	Mmmm pues desde la Alcaldía no se tienen fondos que yo sepa, pero se les puede apoyar con gestiones como lo fue Bandedal por ejemplo cuando se quemó el mercado.

En su mayoría los entrevistados manifiestan, que solo son un puente para gestionar las peticiones de los comerciantes, en algunos casos los direccionan a los programas donde pueden aplicar.

13. ¿Hay algún programa u apoyo para fomentar la formalización?

Muestra	Respuesta
1	En este caso si no podría precisarle porque no es mi área, pero la Unidad Empresarial es la que gestiona eso para los emprendedores, pero siempre y cuando se cumplan los requisitos.
2	La formación es lo que les ofrecemos para que den el siguiente paso. Hoy se les da educación financiera, marketing, calidad, dependiendo la necesidad del emprendedor. Sensibilizamos a la formalización porque es lo que ayuda a crecer más las economías. Contamos con un staff de especialistas bien completo para brindarles conocimientos y capacitaciones para la manufactura y temas de negocio apoyada incluso por una plataforma en línea.
3	Mmmm como tal, pues no, porque no nos corresponde eso hasta donde yo entiendo. Pero se hace lo posible por ayudarles cuando necesitan orientación.
4	No, tal cual no.

De los entrevistados, solo CONAMYPE manifiesta apoyar a los comerciantes para conducirlos al siguiente paso y formalizar el negocio. Desde la Alcaldía propiamente no tienen gestión para apoyar en este proceso.

14. ¿Han desarrollado o promovido algún protocolo de buenas prácticas comerciales para los comerciantes en temas como: tratamiento de basura, contaminación, manejo de desechos?

Muestra	Respuesta
1	Existe área de gestión de riesgo, y la gerencia de desarrollo territorial, las cuales junto con desechos sólidos ven todo ese tema, tal vez no como protocolo pero sí como directrices a seguir.
2	A los que han estado en el programa con nosotros, como le mencioné, les hemos dado formación básica para que puedan tener una idea de negocio bien hecha, bien estructurada desde su manufactura hasta la venta misma, eso les ha permitido a muchos tener su propia marca y mejorar sus condiciones, a tal grado que se han quedado con el emprendimiento y ya no buscaron empleo formal.
3	Pues sí hay un trabajo articulado que busca que los comerciantes puedan tener mejores condiciones porque les hacemos ver lo importante que es tener su colaboración.
4	Sí se les previene, porque se hace un trabajo articulado, pero no siempre acatan las recomendaciones.

Los referentes institucionales manifiestan, que tienen dentro de su gestión hacen recomendaciones a los comerciantes para que mejoren sus condiciones de trabajo haciendo énfasis en la prevención.

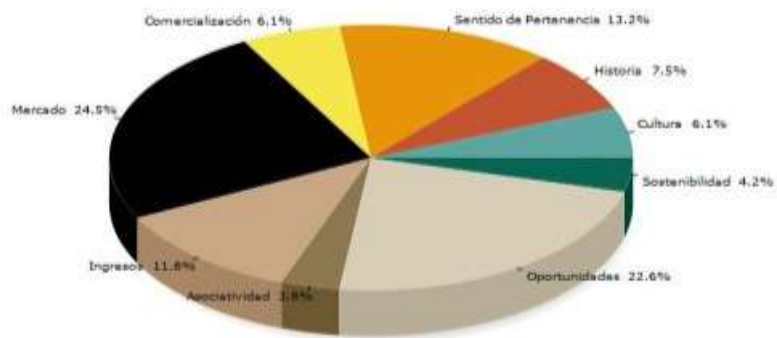
4. 5. Análisis de entrevistas a comerciantes externos al centro histórico de Santa Ana.

4.5.1. Tabla de población entrevistada por género.

Masculino	5
Femenino	10

4.5.2. Gráfica de pastel como resultado de las entrevistas

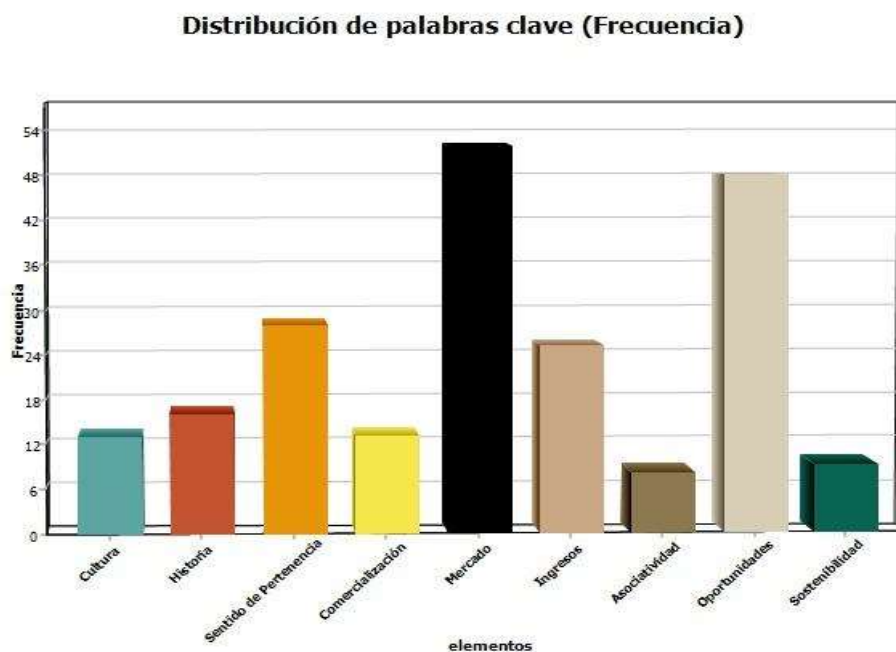
Distribución de palabras clave (Frecuencia)



4.5.3. Resultado de datos analizados desde el mapa de conceptos.



4.5.4. Gráfica de frecuencia de resultados de las entrevistas realizadas.



4.5.5. Matrices de las entrevistas aplicadas a la población de comerciantes externos al centro histórico de Santa Ana, con su matriz de preguntas y sus análisis respectivos.

1. ¿Mencione algunas tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1	Acá todos celebramos las fiestas julias, no hay otra que tenga más reconocimiento
2	Mmmm acá nos conocen por las fiestas de sta ana creo que eso nos identifica más
3	Pues mire, acá fiestas julias y la ganadera... el carnaval ya perdió interés, no sirve mucho para atraer gente de fuera
4	Quizás las fiestas de sta ana y por ahí las religiosas de semana santa, es lo único que alegra al comerciante porque viene gente
5	Acá no tenemos mucho que digamos pero pongamos las fiestas julias

6	Fiestas julias, la feria del dulce antes era buena, y la ganadera que la gente la afama porque vienen grupos y música
7	Pues, acá no hay mucho que ofrecer, ah yo digo que las julias jajaja ud eso ponga... es lo más conocido aquí
8	Mmm las fiestas julias, la verdad es poco lo que llama la atención, ya la gente ve más tradiciones de afuera, celebran más otras cosas que lo propio
9	Bastante nos conocen por las fiestas de sta ana, y por las procesiones
10	Acá es lo mismo de siempre, fiestas julias, ganadera, semana santa
11	Tradiciones es como digamos lo que siempre hacemos verdad, y eso acá en sta ana se ha perdido, acá le decimos tradición a las fiestas pero la verdad nadie sabe por qué se hacen verdad, viene de generaciones eso
12	Las que yo conozco, así como tal son las fiestas de sta ana
13	Es poco lo que celebramos, más que todo las fiestas julias y semana santa va
14	Estamos un poco deficientes en eso porque no hay muchas, tal vez las fiestas pienso yo
15	Mmmm fiestas quizás, es lo único que nos caracteriza

En su gran mayoría los comerciantes entrevistados coinciden que las tradiciones están más asociadas a las fiestas patronales y los eventos religiosos que a veces se dan en ciertas temporadas.

- ¿Considera que las costumbres y tradiciones podrían ser relevantes para diferenciar la ciudad y sus productos sobre otras regiones del país?

Muestra	Respuesta
1	Pues podría ser, porque acá cuesta encontrar la vuelta a esto, los negocios en la ciudad no duran mucho porque no hay gente que compre como antes
2	Sí, eso hace falta. Tener algo que ofrecer que no lo ofrezcan otros municipios
3	Sí, eso podría ayudar. Pero poco tenemos acá en la ciudad, ni parqueo hay para que la gente venga, ni mercado.
4	Sí claro que ayudaría porque hay otros lugares que por eso son famosos

5	Sí yo considero que sí.
6	Siempre y cuando sepan cómo hacerlo puede funcionar
7	Sí eso hace diferencia... mire Taxis en semana santa se llena por los talciguines
8	La verdad creo que sí, o al menos eso pienso porque he visto en Antigua Guatemala que es famosa por eso
9	Acá falta apoyo, como quien dice faltan ideas, ya ve que la gente a veces hace cosas pero sin tener visión
10	Sí, solo que habría que ver qué cosas se podrían mejorar, a veces lo que pasa que no hay apoyo
11	Depende, porque sería de ver si lo que uno tiene es bueno para otros verdad
12	Uno piensa que sí, el comerciante ud sabe que necesita apoyo y hoy con esto de la seguridad tal vez la gente se acerca más a celebrar las tradiciones
13	Mmm claro, eso hace falta empujar lo propio porque si no es uno quién?
14	Podría ser que sí, nos falta promover lo propio y acá al comerciante le favorece eso
15	Sí eso hace diferencia, ya ve que Sonsonate en semana santa es bien conocido por sus tradiciones católicas y así hay otros como lo de los farolitos que creo que es en Ahuachapán y en Apaneca creo.

En su mayoría los comerciantes consideran las tradiciones pueden ser relevantes para diferenciarnos sobre otras ciudades. Según ellos, se puede tomar ejemplo de otras ciudades que tienen posicionamiento local por anclarse en esas tradiciones.

3. ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica que usted conozca del municipio de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1	Catedral, el cañón, la alcaldía y el teatro
2	Acá todos nos identificamos con la catedral
3	El teatro y la catedral son los más conocidos
4	Vaya acá uno conoce más la catedral, el parque, la alcaldía y teatro.. ah y también la Mariano Méndez
5	Yo pienso que la catedral sigue siendo la más importante
6	Mmmm vaya acá la catedral y el teatro son los que más menciona la gente
7	Las iglesias que están acá son las más buscadas o mencionadas, y el teatro verdad uno también ve que la gente lo busca
8	Por antigüedad quizás catedral ... o sea, la más popular para la ciudad
9	Uno ve que la catedral es la más importante porque es la más buscada
10	La catedral y el lago de Coatepeque son los que más se conocen
11	Acá se conoce como la sucursal del cielo por las cosas buenas que hay, iglesias, naturaleza, volcán...
12	Pues hay mucha riqueza verdad pero lo malo es que poco a poco las nuevas generaciones ya no lo valoran ni saben que son
13	La catedral es el lugar más histórico
14	Sí es por conocido o fama es la catedral y quizás el teatro
15	La catedral 100%

Dentro de la riqueza histórica más reconocida por los comerciantes externos al centro histórico están: la catedral, las iglesias, el teatro, y algunos sitios naturales como el lago, el volcán entre otros.

4. ¿Considera que estos aspectos históricos son elementos que destacan a la ciudad sobre otras regiones del país?

Muestra	Respuesta
1	Sí, sí destacamos
2	Claro porque es la más bonita
3	Es que no hay otra igual
4	Sí, porque por eso viene la gente
5	Uff sí porque la gente viene siempre
6	Pienso que sí
7	Para nosotros en un orgullo tener lo que tenemos y que nos diferencien por eso
8	Sí porque mire, muchos comerciantes comemos porque eso existe, si no, no vendiéramos
9	Sí, por supuesto.
10	Es que es lo único que tenemos, acá no hay playa ni ríos importantes
11	Sí... para mí sí
12	Sí somos mejores, como dicen va, somos creídos
13	Es algo que tenemos que explotar, no lo promovemos bien
14	Sí, sí así es...
15	Mmm sí pienso que sí....

En un 100% los comerciantes están de acuerdo que la riqueza histórica del municipio puede ayudar para diferenciar la ciudad por sobre otras regiones.

5. A su criterio, ¿podría la identidad local promoverse para mejorar las prácticas comerciales que ya tienen?

Muestra	Respuesta
1	Sí, podría porque acá hay mucho que ofrecer y si uno tiene la manera de hacerlo puede funcionar
2	Sí porque uno puede aprovechar para mejorar el negocio y si ud ve somos nosotros los que generamos empleo más rápido, ahí no le ponen ojo lo gobiernos
3	Sí porque se vendería más, ud sabe que eso es bien para todos
4	Acá uno de eso puede hacer más fuerte el negocio, uno puede tener más ingresos
5	Claro, eso podría ayudarnos. Uno vende porque no tiene opción, a veces ni siquiera uno piensa que de esto va vivir, yo tengo estudios universitarios y mire en lo que ando.
6	Se puede, porque uno anda viendo como mejora y a la gente le gusta.
7	Sí uno logra vender algo accesible y que sea propio del lugar uno va ganando fama y lo recomiendan
8	Sí, todo eso ayuda. Hoy en día si los negocios no se preparan van para fuera rápido
9	Sí nos ayudaría. Acá nos falta unirnos para eso
10	Sí. Solo que se necesita que alguien tome la batuta porque acá nadie se hace cargo, quizás al alcalde le toca o al gobierno
11	Mmmm sí, pienso que puede ser algo que ayude
12	Sí, pienso que sí se puede
13	Mmm vaya ahí no podría decir con seguridad pero es de intentarlo
14	Necesitamos algo así porque acá tenemos años de vender y nos falta más apoyo
15	Sí ayudaría, a todos.

C. Información sobre prácticas comerciales

1. ¿Cuántos productos ofrece a los consumidores en el centro histórico?

Muestra	Respuesta
1	Mmm varios... más de 10
2	Como 9
3	Solo yo vendo más de 3 productos
4	Acá se aprovecha, no hay nada fijo todo es por temporadas
5	La cosa es vender todo lo que se puede
6	Bastantes, más de 10 por decir un número
7	Uff amigo, eso quizás no he contado pero digamos que hay variedad
8	De 5 en adelante... 20 digamos pues
9	De todo, vendo lo que se puede
10	Eso cambia con las temporadas
11	Unos 8 quizás los más comunes
12	Por ahí unos 13 ó 15
13	No los he contado son varios jajaja acá uno no se limita
14	Siempre tratamos de adaptarnos
15	Ehh esteee, unos 10 más o menos

Todos los comerciantes manifiestan tener más 3 productos, y el coinciden que venden lo que se puede, algunos manejan hasta 15 ó 20 productos para ofrecer a los clientes.

2. ¿Qué tipos de productos ofrece?

Muestra	Respuesta
1	Variedades ropa, zapatos, gorras, llaveros
2	Hay más que todo accesorios caballero y dama
3	Mmmm son más que todo cosas pequeñas de bazar

4	Tengo cosas chinas bocinas, audífonos, y uno que otro disco de música
5	Tenemos varias cosas pero cosméticos vendemos más
6	Ropa usada es lo fuerte
7	Mi mamá empezó con flores pero hoy vendemos hasta para regalos y chocolates
8	Artesanías, hamacas, cosas más del país solo que buscamos lo más común
9	Comida típica y a veces por encargo
10	Ah pues acá más accesorios para cel, cargadores, estuches, audífonos
11	Pues acá tenemos de todo, hasta ropa deportiva
12	Lo plástico de uso del hogar es lo que ofrecemos
13	De todo un poco
14	Quizás más cosas chinas porque vamos a ss a comprarlo
15	Tenemos cosas de Guatemala en su mayoría

Todos los comerciantes coinciden en aprovechar las ventas por temporadas, siempre tratan de tener diferentes artículos para mejorar sus posibilidades de ingresos.

3. ¿Sus productos son fijos o se adapta a las temporadas?

Muestra	Respuesta
1	Uno se adapta a la época
2	Tratamos de estar en la jugada como dicen
3	Buscamos lo que más se vende porque ahí vendemos un poquito más
4	Vamos viendo lo que la gente pide
5	A veces uno ve las tendencias de moda
6	Se trata de ver lo que la gente busca
7	Sí en eso, uno busca estar actualizado
8	Hay gente que nos pide cosas y las tenemos que tener
9	Nos adaptamos a la temporada o a la moda
10	Uno tener más de lo que la gente busca para vender

11	Casi siempre andamos viendo lo que la gente busca y tratamos de tener invertir algo al menos
12	Todos acá andamos en la rebusca jajajaja acá vemos si no tenemos lo fiamos
13	Hay te todo siempre
14	Sí hay necesidad variamos
15	A veces cuesta porque uno no tiene dinero para invertir pero siempre se rebusca uno

Los comerciantes buscan en todo momento estar adaptados a las modas o temporadas, manifiestan “rebusarse” incluso hasta ir a “fiar” si es necesario para tener los productos.

4. En su mayoría, ¿Sus clientes son locales o de fuera de la ciudad?

Muestra	Respuesta
1	De acá la mayoría
2	En temporadas altas es variado, quizás gente que viene de fuera
3	Por ahí quizás son mitad y mitad de fuera
4	Creo que es igual
5	Más que todo son locales
6	La mayoría son turistas de otras ciudades
7	La gente es más de acá
8	Es parejo, pero la gente de acá son mayoría
9	Los de acá compran más, nos buscan más
10	Los de otras ciudades compran bastante
11	Locales o sea de sta ana son más
12	Es igual para todos creo, según la temporada pero es más de acá
13	Son bastantes de acá
14	Nos visitan más afuera en temporada alta o sea hay días que es más de fuera
15	Muchos de acá son los que compran

En cuanto a los tipos de clientes, para los comerciantes existe paridad de la demanda pues reciben compradores locales como compradores de fuera.

5. ¿Considera que sus ingresos por ventas son suficientes para tener lo necesario y cumplir con expectativas o compromisos?

Muestra	Respuesta
1	No, lo que uno quiere no
2	Uno necesita más para vivir más tranquilo
3	A veces uno no vende mucho, se sufre como emprendedor
4	Casi que voy al filo de todo
5	No alcanza, todo cada vez más caro y la gente a veces no paga lo que vale
6	Pues a veces si me va bien pero no como antes
7	Cuesta pero hay vamos, uno debe también ser realista con lo que gana
8	Puede que a veces nos vaya bien pero no siempre es así
9	Fíjate que antes era mejor todo, hoy hay mucha competencia y todo más caro
10	Digamos que poco a poco lsalimos, pero cuesta
11	A veces no logramos pagar todo, toca prestar para pagar
12	Cuesta cumplir lo que uno quiere, porque al 100% es mentira que uno va vivir de un solo negocio toda la vida, a veces uno va cambiando en el camino
13	No, eso no.
14	No, creo que son pocos negocios los que pasan sin preocupación
15	Uno no cuenta con apoyo y va bien limitado

En su mayoría los entrevistados coinciden que las condiciones no son favorables para poder generar ingresos suficientes para cumplir con sus expectativas y sus compromisos.

6. ¿Sus ingresos le permiten generar un margen de ahorro para atender otras necesidades futuras?

Muestra	Respuesta
1	No
2	No
3	No
4	No
5	Antes sí, hoy no
6	No
7	Quisiera hacerlo siempre, a veces guardo pero es poco.
8	No
9	Necesitamos más préstamos porque no generamos los suficiente
10	Uno va saliendo de las deudas no puede
11	No
12	No, no se nos da eso
13	No podemos, hay gente que sí pero en nuestro caso cuesta
14	No, porque tenemos deudas
15	Ni sé que es eso jajaja

La mayoría de comerciantes entrevistados, mencionó que sus ingresos no les permiten manejar un margen para ahorro debido a la crisis económica que tienen.

7. ¿Podría decir que sus ingresos pueden cubrir el acceso a servicios básicos?

Muestra	Respuesta
1	Sí, pero cada vez cuesta más porque todo sube
2	Sí
3	Mmmm sí
4	Sí lo mínimo

5	Sí así es, porque si no ya mejor quitamos esto va jajajajaj
6	Sí, hay vamos saliendo, pero pues tampoco nos damos lujo de tener cosas que consuman mucho
7	Algunas cosas por ejemplo internet no
8	Sí, pero ahorramos en ciertas cosas
9	Sí, eso sí. Cuesta pero ahí vamos saliendo
10	Sí, pero cuando estamos en la casa todo incrementa... Por eso preferimos venir a vender
11	Sí porque si no estaríamos jodidos
12	Sí
13	Algo así jajajaja, a veces dejamos de usarlos para que salgan menos
14	Sí, eso tal vez lo tenemos, pero uno se va midiendo ud sabe
15	Mm si ahí sí pero cuesta porque hay cosas que a cada rato suben como la luz

En cuanto a la suficiencia de los ingresos para cubrir los servicios básicos, en su mayoría manifiesta que sí logran pagar los servicios, sin embargo, mencionan que no es fácil o que tienen que ahorrar también en el consumo de dichos servicios.

8. ¿Considera que, de acuerdo a su actividad, tiene acceso a financiamiento?

Muestra	Respuesta
1	Mire de haber hay, pero le piden muchos requisitos a uno. Vaya y a veces hay unos que ofrecen así tipo en grupo pero tampoco porque hay gente que no paga y uno tiene problemas
2	Mmmm sí hay, pero es mejor trabajar prestando con familiares o hay gente que presta por intereses pero aunque es caro pero rápido le resuelven a uno
3	Sí, a veces le ofrecen a uno pero es de ver siempre porque no siempre conviene porque mucho interés cobran
4	No, no hay bancos que quieran prestarle a uno porque muchas cosas piden

5	Nosotros tuvimos un crédito, pero con la pandemia que nos fue mal nos cerraron las puertas, hoy nadie nos presta.
6	A veces nos ofrecen pero no nos conviene porque lo primero que piden es como fiador y una prenda, y nadie le quiere servir a uno, es compromiso eso.
7	Sí tenemos crédito, es poquito pero hay vamos pagando puntual y cuando lo necesitamos nos lo vuelven a dar
8	Jajajaja noombre hoy cuesta que le echen la mano a uno, a veces hasta piden que uno pague una cuota para solicitar el préstamo, y si uno no tiene, así menos.
9	Tenemos un señor amigo de la familia que presta pero igual verdad el de eso vive y nos lo presta al 10%, eso sí, él nos lo presta en el momento sin tanta cosa
10	No, no tenemos ayuda de ese tipo. Las empresas financieras no confían en el comerciante, primero ven que tiene uno para ver si le prestan.
11	Cuesta que le presten a uno, pero si hay gente que viene a ofrecer.
12	Noooo, mire antes sí le daban a uno era más accesible pero hoy nos han cerrado las puertas
13	Nos cuesta encontrar a veces quien nos preste para invertir, porque piden requisitos que uno no cumple
14	Vaya en ese caso, nosotros si hemos tenido préstamos, pero nos ha costado conseguir. Hay gente que queda mal, pero nosotros hemos sido responsables
15	Después de la pandemia han sido más estrictos para prestarnos, nos ofrecen menos dinero.

En cuanto al acceso a financiamiento, los entrevistados consideran que es algo complejo acceder a financiamiento pues en algunos casos las condiciones no les favorecen por que las cuotas son demasiado altas y que los requisitos son muchos. Esta situación se ha visto incrementada en la situación post pandemia pues algunas instituciones les han cerrado las puertas.

9. ¿Tiene acceso a capacitación o formación de parte de alguna entidad o institución del estado?

Muestra	Respuesta
1	No, de eso no sabemos.
2	No, ninguna
3	No, no tengo
4	No, nada.
5	Pues no, no tenemos nada de eso
6	Yo he ido pero porque vendo Té Divina, ahí me capacitaron en ventas.
7	No, no. Acá nadie nos va brindar un apoyo así
8	No, nunca. La alcaldía no nos dará algo así jamás y el gobierno menos
9	No, nunca nos han ayudado en ese sentido
10	Esas cosas son las empresas las ofrecen a sus empleados
11	No
12	Ninguna nos han dado
13	Es que a uno no le dan importancia por eso no nos ofrecen nada
14	No, no tenemos nada de eso
15	Nada de eso, pero sería bueno que lo hicieran

Respecto al acceso a capacitaciones y formación, los entrevistados mencionan que no han tenido oportunidad de participar en programas de ese tipo y que no son sujetos de esos beneficios con ninguna entidad.

D- Información sobre bienestar social

1. ¿Existe algún gremio de comerciantes?

Muestra	Respuesta
1	Mmmm hoy con lo del mercado anduvieron ahí un grupito diciendo que era representantes pero solo eso
2	No, así formal no.
3	No
4	No, no sé de eso
5	Creo que no
6	Ninguno
7	Fíjese que no, no hay nada formal
8	Pues sé que hubo gente representando, pero más que todo por el tema del mercado
8	Solo cuando hay elecciones andan negociando
9	No, no hay.
10	No, no tenemos conocimiento
11	Desconozco, quizás hay pero como uno no anda en eso
12	Sí, escuché que hay un comité pero solo eso, no sé para qué funciona en realidad
13	Hay gente que son los que hablan con representantes del alcalde pero al final no se sabe que tratan o en qué beneficia
14	No, ni idea de eso
15	Pues la verdad no

Respecto a la representación gremial, los comerciantes no reconocen comité de representantes ante las instituciones. Algunos de ellos, mencionan tener conocimiento de un grupo que representó a los comerciantes por el tema del mercado, pero dicen no tener mayor información.

2. ¿Tiene algún protocolo de ventas para diferenciar la identidad local de Santa Ana?

Muestra	Respuesta
1	No, solo lo que uno aprende por experiencia, saludar, ser amable
2	No, no tenemos eso claro
3	Mmmm no acá uno es como es, eso le gusta a la gente
4	No, para nada
5	Pues, tal cual no
6	Mire uno ofrece tratando de caer bien al comprador
7	No, de eso no tenemos nada
8	Acá lo importante es ser amable con la gente esa es la clave
9	No, ninguno
10	No, no tenemos eso que dice
11	¿Protocolo, es algo así como los pasos para vender? Verdad. Pues no, no tan así.
12	No, nunca hemos usado eso. Solo platicamos con la gente y ahí vendemos
13	Acá nosotros siempre buscamos ofrecer lo mejor a la gente
14	Mire por eso tenemos mucho tiempo de vender y la gente nos busca porque les tratamos diferente a otros
15	No, no tenemos eso

Respecto al manejo de un protocolo de ventas para diferenciar la identidad local, manifiestan no hacer uso del mismo pues apelan a la experiencia tratando a las personas.

3. ¿Aplican buenas prácticas comerciales para solicitar mejorar sus condiciones de trabajo o perspectivas de desarrollo? *Se les explica que las buenas prácticas comerciales tienen que ver con: calidad, seguridad del producto, preparación o manipulación.

Muestra	Respuesta
1	Pues la verdad no, no habíamos pensado en esa parte
2	Nosotros somos bien transparentes con la gente no le vendemos cosas que no sirven
3	No, no. Necesitamos apoyo para ver que provecho le podemos sacar
4	Si eso es algo que funciona, podemos ver verdad y lo hacemos necesitamos más apoyo
5	No, no hacemos eso
6	Pues no tanto así pero somos bien honestos en lo que vendemos
7	No, no sé de eso
8	Pues uno sí trata pero quizás no es lo suficiente verdad
9	Mire si a uno lo capacitan uno verdad, uno aprende y hace
10	No
11	Pues no sé la verdad, pero uno vende cosas buenas verdad
12	No, pero podemos ver de qué se trata
13	Sí, nosotros tratamos de dar lo mejor
14	No
15	No, no.

En su mayoría no aplican buenas prácticas, por una parte, es el desconocimiento y por otra manifestaron sentirse con la apertura para conocer más del tema. Solo en pocos casos se refirieron a que contribuyen con la calidad y presentación.

4. ¿Tiene claro el proceso para formalizarse como microempresa?

Muestra	Respuesta
1	No, todo no.
2	No
3	Mmmm no, pero creo que es mejor así
4	No
5	Fíjese que no
6	No
7	Mmmm más o menos
8	Creo que es la aspiración de muchos crecer y dar empleo
9	Yo quisiera pero para eso se necesita crecer verdad y contar con un local
10	No, no he pensado en eso
11	No
12	Sí algo conozco
13	Mmm no del todo
14	Es que da temor luego no poder pagar eso del iva y cosas así
15	No

En cuanto al proceso de formalización, la gran mayoría desconoce el tema, y hubo menciones de cierta resistencia por el tema de impuestos, pero también, algunos manifestaron su intención y aspiración de crecer y ayudar dando empleo.

5. ¿Recibe alguna capacitación u orientación de alguna entidad del gobierno para aplicar buenas prácticas comerciales desde un enfoque sostenible? *Se les explica que tiene que ver con: limpieza, tratamiento de la basura, minimización de los riesgos, contaminación entre otros.

Muestra	Respuesta
1	No
2	No
3	Mmmm así tal cual no
4	Solo el voto piden para eso sí vienen jajajaja
5	No
6	Noombre, esos solo en elecciones los vemos
7	No
8	Mire es que al pobre y al feo nadie lo quiere, no les somos útiles solo para los votos nos buscan
9	No, de eso no tenemos nada.
10	No, para nada
11	Si hay elecciones hay pasan diciendo que nos van apoyar, luego quedan y se olvidan
12	No, para nada, además no nos dejan acercarnos
13	Ni queremos nada, solo son amenazas hoy si uno exige algo
14	La verdad hoy no podemos decir nada, ni pedir nada, como no hay derechos peligroso verdad
15	El gobierno no da nada, solo busca ver de dónde saca

Respecto al tema de buenas prácticas con enfoque sostenible, ellos manifiestan no recibir ningún tipo de orientación de parte del gobierno o instituciones. Hacen mención que solo se ven los funcionarios para elecciones y que no tienen confianza de acercarse y pedir cosas por la coyuntura social.

CAPITULO V: PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA DE IDENTIDAD LOCAL PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA DEL CENTRO HISTÓRICO

5.1 Carácter y necesidad de una estrategia de Identidad Local

¿Qué es una estrategia de Identidad Local?

El fortalecimiento de la Identidad Local, tiene a su base crear condiciones para establecer una estrategia transformación económica tomando de base el valor histórico del municipio de Santa Ana, la cual tiene como objetivo la promoción y la adopción de la misma en las prácticas comerciales de los comerciantes informales con la finalidad de mejorar sus oportunidades de bienestar social.

Pero para poder ser exitosos en el propósito de la estrategia, se requiere también aspirar no solo a diferenciarnos sino también, a ser una región competitiva. Para Michel Porter 2009, la competitividad de una nación o región se basa en la productividad y esto significa conseguir un alto nivel de vida para sus ciudadanos, lo anterior, dependerá de cómo se utilice la mano de obra y el capital, así como la calidad y las características de los productos y la innovación.

El ser competitivo, se convierte en una línea estratégica que se basa en propósitos, acciones y decisiones coherentes, interrelacionadas con el territorio, las prácticas comerciales y sumado a esto el valor histórico que puede ser impulsado por el gobierno municipal para diferenciar la ciudad, en coordinación con las instituciones públicas y la sociedad civil; para mejorar las oportunidades de bienestar social de todos los actores o la sociedad local.

El carácter de la Identidad Local debe ser de promoción social e institucional, que responda al bienestar social y establecer una ciudad con equilibrio entre el territorio, la cultura, las prácticas comerciales y la participación social, constituida si es posible como parte de una estrategia municipal que garantice las condiciones necesarias, dado que su vigencia puede ser de largo plazo y su marco de tiempo trasciende a un período de gobierno municipal determinado.

¿Por qué es necesaria una Transformación Económica?

La Transformación Económica, es necesaria, debido a que las prácticas comerciales de los comerciantes se encuentran desconectadas del territorio, del valor histórico y de la identidad local de nuestro municipio. Para el español Vásquez Barquero (1999), el territorio es un agente

de transformación y no solo un soporte de actividades económicas y de recursos. Los actores del territorio interactúan entre sí para desarrollar la economía y la sociedad para dar vida a la comunidad territorial que se convierte en potencial de desarrollo.

Por lo anterior, nuestra ciudad y principalmente el centro histórico no tiene un lineamiento estratégico de diferenciación comercial ni una interacción entre los actores para poder competir con otras regiones locales y fuera del país, tales como: Juayúa, Ataco, Ilobasco, San Sebastián, a nivel nacional y a nivel internacional como: Antigua Guatemala, Santa Rosa de Copán, entre otros. Para Aghón Albuquerque (2001), el aprovechamiento la estrategia de desarrollo local se basa en el aprovechamiento de los recursos locales que permanece inutilizados en el territorio.

El hecho de resaltar nuestra producción local y conectarlas con el territorio, las costumbres y tradiciones como una expresión de la cultura material e inmaterial, generaría una fuerte identidad en la población que podría incentivar la creación de marcas locales, innovación y una capacidad empresarial para competir y mejorar la oferta y el consumo de lo nuestro a partir de un diferenciador como el valor histórico. Para Aghón Albuquerque (2021), las estrategias de desarrollo local incentivan la participación de la sociedad local en los procesos de desarrollo, pues se vuelven agentes participativos del desarrollo económico local.

Actualmente, la falta de esa conexión ocasiona que nuestros territorios se vuelvan corredores de prácticas comerciales ancladas en la dependencia de marcas extranjeras o de productos no vinculados a la historia local. En este sentido, se puede visualizar una desbordada oferta de productos hechos en otro país, y al mismo tiempo, hasta se puede dar la sensación de la existencia de un nivel de contaminación visual que se vuelve nada atractivo para los visitantes tanto locales como extranjeros.

El cambiar ésta condición dentro del territorio, permitirá a las instituciones públicas y municipalidad ejecutar una estrategia no solo de diferenciación sobre otras regiones, sino también, apoyar a la industria local naciente desde la creación de un ecosistema comercial local teniendo como ejes transversales la identidad local y el valor histórico.

Este proceso de cambio, inclusive presentará la oportunidad de generar un concepto de sostenibilidad brindando oportunidades de bienestar social a los comerciantes a través de la sensibilización, la formación y la preparación en temas de comercialización, participación ciudadana, medioambiente y cultura. Para Aghón y Albuquerque (2001), la estrategia de

desarrollo local exige un cambio de mentalidad de la sociedad, de forma que deje de estar supeditada a formas de desarrollo basadas en el asistencialismo del Estado y participe activamente en las cuales predomina el desarrollo competitivo.

5.2 Construcción de una Identidad Local para transformación de la economía

¿Qué premisas deben observarse?

Para fortalecer la identidad local, debe ser un proceso participativo e inclusivo, permitiendo que los comerciantes informales, actores locales, y gobierno municipal puedan aportar y apropiarse de la misma. Uno de los principales mecanismos del proceso de consulta debe ser los grupos focales, para escuchar opiniones, demandas y propuestas de todos los sectores; y además se debe realizar un proceso de talleres para la construcción de línea estratégica que permita establecer consensos.

En este proceso Aghón y Albuquerque (2001), resaltan que la eficacia de las acciones reside en el acuerdo de los actores para el desarrollo local. El conocimiento y la capacidad de acción, solo son posibles si la sociedad local organizada es capaz de mantener el compromiso y la cooperación entre los agentes económicos, sociales y políticos para alcanzar las metas de desarrollo económico.

Para el fortalecimiento de la Identidad Local y el Valor Histórico, se debe tomar en cuenta tres premisas básicas:

- a) Que responda a los intereses y derechos los involucrados: debe ser una guía ordenada para mejorar el bienestar social
- b) Que sea elaborada de manera participativa: actores relevantes en ese proceso, p.ej. comerciantes del centro histórico, actores locales, municipalidad, etc.
- c) Que guíe a las instituciones o actores con poder decisión en el cumplimiento de sus responsabilidades en la ejecución de los lineamientos para con los comerciantes informales: debe ser un documento fácil de manejar, concreto.

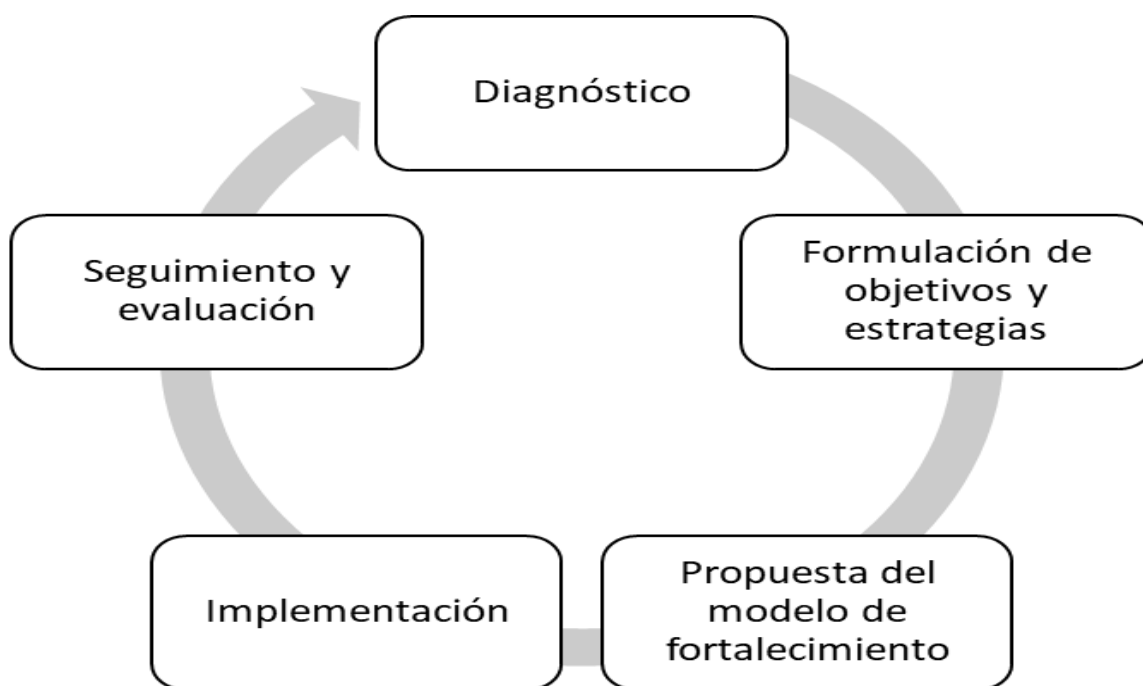
¿Qué pasos se deben considerar?

De acuerdo al equipo investigador se debe considerar:

- a) Acordar, por parte del gobierno municipal el acuerdo para fortalecer la Identidad Local y el Valor Histórico como elementos principales para mejorar las oportunidades de bienestar social a través de la transformación económica.
- b) La conformación de un equipo de trabajo que lidere y promueva el fortalecimiento de la Identidad Local en las prácticas comerciales
- c) Acordar entre los actores locales y municipalidad, el rol que cada parte desempeña en la promoción de la Identidad Local
- d) Consensuar y redactar el marco de referencia, definición y principios en los que se promueve una línea estratégica de transformación económica considerando las garantías establecidas en la Constitución de República y Ley del Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
- e) Recabar información actualizada sobre la situación de los comerciantes informales en el centro histórico sus principales problemas que limitan, e impiden el cumplimiento de sus derechos.
- f) Escuchar y plasmar por escrito la opinión de los comerciantes informales acerca de sus necesidades, demandas y aspiraciones.
- g) Elaborar consolidado de información que combine los problemas a solventar y las necesidades a llenar para el cumplimiento de los derechos.
- h) Definición de la visión del municipio sobre la transformación económica, las oportunidades y el bienestar social para lograr la transformación económica en las prácticas comerciales de los comerciantes en el centro histórico.
- i) Identificar prioridades; partiendo de que no es posible encarar todos los problemas al mismo tiempo y con la misma fuerza, se debe identificar los aspectos que el gobierno municipal y las instituciones abordarán como prioritarios, teniendo en cuenta la necesidad del problema, las competencias del gobierno municipal y de las instituciones y el plan de desarrollo municipal.
- j) Definir estrategias para alcanzar los objetivos; es decir, las principales acciones y medidas que deben tomarse para el logro de los objetivos.
- k) Someter una propuesta de línea estratégica de promoción de Identidad Local para discusión y aprobación por el Concejo Municipal.
- l) Hacer presentación pública de la línea estratégica, su publicación y divulgación de la misma

m) Fases para la formulación de la Estrategia de la Identidad Local para transformar la economía local.

Para iniciar el proceso técnico-participativo de la estrategia la Identidad Local y del Valor Histórico en una línea estratégica municipal, se requiere contar con insumos, recursos institucionales, y metodológicos y técnicos. El proceso se inicia con una necesidad socialmente percibida, que detona sinergias institucionales y sociales, para lograr una propuesta que ayuda a mejorar las oportunidades y el bienestar social, que sea factible, consensuada y concretada en líneas de acción priorizadas, interiorizadas por la administración pública, actores locales y principales involucrados.



5.2 Fase de Diagnóstico

5.2.1 Etapa 1: Disposición política del gobierno municipal

El primer paso para el Fortalecimiento de la Identidad Local y el Valor Histórico, consiste en asegurar el espacio dentro de la agenda política; es decir, que el Concejo Municipal considere que es necesario tratar el tema dentro de las sesiones de trabajo para generar un compromiso de impulsar las acciones necesarias para mejorar las prácticas comerciales de los comerciantes del

centro histórico a través de la transformación económica en virtud del desarrollo local sostenible.

5.2.1.1 Acuerdo municipal

La expresión de disposición de la municipalidad, se visibilizará mediante la toma de acuerdo o resolución municipal a través de la cual se dé inicio al proceso Fortalecimiento de la Identidad Local a través del Valor Histórico, dándole de esta manera, disposición administrativa y legal para efecto de cumplimiento.

5.2.1.2 Integración de equipo político y técnico

La formulación de representación debe ser un ejercicio serio, responsable de planificación y toma de decisiones, con el uso de herramientas de análisis científico de la realidad y mecanismos participativos. La participación en la planificación municipal puede ser de dos tipos: participación político institucional y participación social-ciudadana.

Debido a la importancia que reviste Fortalecer la Identidad Local, se propone ambas participaciones; para que integren el equipo político y técnico; así mismo, la municipalidad puede considerar a bien la contratación de un profesional con experiencia en este tipo de procesos, y asesor del proceso experiencia en la formulación de propuestas, para que apoye la parte técnica académica.

5.2.2. Etapa 2: Conformación de espacios de participación

La municipalidad debe posibilitar y garantizar la participación social en todas las etapas del ciclo de la construcción de la estrategia de Fortalecimiento de Identidad Local y Valor Histórico, y también de sus diferentes instancias.

Ésta participación debe ser sistematizada, con énfasis en la metodología y estrategias de participación, y resultados en cada etapa. La síntesis de este proceso debe ser incluida en el documento de la propuesta y puede incluir una memoria del proceso de formulación, validación y aprobación, el listado de los actores involucrados en el proceso y sus roles; y los respaldos de los eventos participativos institucionales y sociales entre otros.

5.2.2.1. Convocatoria para los comerciantes del centro histórico

Una vez establecidos los espacios de participación, se deberá realizar la convocatoria para los comerciantes del centro histórico, los cuales ya están debidamente registrados y censados de acuerdo a su actividad económica, garantizando que todos y todas puedan participar en la construcción colectiva de la estrategia de Fortalecimiento de la Identidad Local. Ésta convocatoria deberá hacerse desde el gobierno municipal, siendo éste asesorado por el equipo político y técnico con base a la metodología a utilizar para la participación de todos los sectores.

5.2.3. Etapa 3: Diagnóstico de la situación de Identidad Local y el Valor Histórico

Para analizar de manera objetiva la situación en la cual se encuentran los comerciantes y la Identidad Local, es necesario recabar información pertinente, que permita conocer de primera mano cuáles son los principales problemas que existen en el centro histórico, que limitan o impiden o amenazan el cumplimiento de los derechos de los comerciantes de la zona, esta información permitirá además, realizar conocer la realidad en las diferentes dimensiones del desarrollo local, tanto desde la perspectiva económica como las perspectivas de gobernanza, social y de medioambiente.

Para esta etapa, puede retomarse el diagnóstico del estado situacional de los comerciantes del centro histórico del municipio, desarrollado en el capítulo IV de este documento, y avanzar a la siguiente etapa.

5.2.4. Etapa 4: Construcción conjunta de la estrategia de Identidad Local y Valor Histórico

El proceso de construcción de la estrategia de Identidad Local y Valor Histórico del centro histórico del municipio, debe implicar un desarrollo metodológico de amplio proceso participativo, definiéndose una ruta de trabajo que permita los principios de participación, empoderamiento y apropiación de representantes de los comerciantes, especialistas académicos, y una amplia diversidad de actores relacionados con la tema para que identifiquen de manera conjunta los grandes retos bajo un enfoque de oportunidades y bienestar social en una transformación económica que pueda diseñarse desde la iniciativa municipal.

Este principio de participación, es un elemento clave en el diseño de estrategias o iniciativas, además un mandato legal en la Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, la cual establece en

su Art. 28 en el marco del objetivo número 5 que: “Generar un proceso de participación ciudadana, en el origen, validación, control y evaluación de los proyectos públicos en cada departamento”.

En relación a lo anterior, la metodología que debe ser aprobada para apoyar el diseño de la estrategia, debe incluir como ejes transversales lo que se fundamenta en algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos por la ONU:

- a. Fin de la pobreza
- b. Hambre cero
- c. Salud y bienestar
- d. Igualdad de Género
- e. Trabajo decente y crecimiento económico
- f. Reducción de las desigualdades
- g. Ciudades y comunidades sostenibles
- h. Producción y consumo responsable
- i. Paz, justicia e instituciones sólidas

En virtud de lo anterior, la metodología deberá implicar el establecimiento de diversos análisis que permitan un desarrollo progresivo del proceso de diseño, incluyendo a todos los actores involucrados; proponiéndose una muestra de comerciantes involucrados para espacios de consulta mediante grupos focales.

- **Primer nivel de análisis y participación: Consulta Local**

El objetivo de este nivel de consulta debe ser la identificación y análisis de situaciones que vulneran las condiciones económicas y derechos de los comerciantes involucrados en el centro histórico, la priorización de dichas problemáticas y la definición de propuestas de solución como acciones de carácter público para ser incluidas en la Estrategia de Identidad Local, y agrupándose en grupos etarios con la finalidad de desarrollar estrategia de pares y homogéneos:

- Comerciantes de 18 a 30 años

- Comerciantes de 30 a 40 años
- Comerciantes de 40 a 50 años
- Comerciantes de 50 en adelante

- **Segundo nivel de análisis y participación: Consulta con comerciantes en condiciones de vulnerabilidad:**

El concepto de vulnerabilidad hace referencia al carácter de las estructuras e instituciones económico-sociales y al impacto que éstas provocan en las comunidades, familias y personas en diferentes dimensiones de la vida social (Pizarro, 2001). Atendiendo a lo anterior, se deberá consultar con los comerciantes informales con las siguientes condiciones, las cuales no serán excluyentes de aquellas que el equipo político – técnico considere necesario:

- Viven con enfermedades crónicas
- Se encuentran en estado de embarazo
- Realizan actividades económicas de subsistencia
- Tienen casa propia
- Poseen alguna discapacidad
- Viven en zonas de alto riesgo y vulnerabilidad ambiental

- **Tercer nivel de análisis y participación: Proceso consultivo institucional pública y municipal**

Dicho proceso deberá articular todas las áreas de intervención y de participación desde el diseño de la iniciativa hasta su ejecución y seguimiento. Las áreas designadas, deben de tener a su cargo o en su plan de trabajo un impacto en el territorio a través de sus acciones. Lo anterior, es para garantizar que sean los “conductores o coordinadores directos” con los involucrados directos.

5.2.5. Etapa 5: Análisis y priorización

La definición de la estrategia requiere en primer lugar, una etapa analítica de identificación de las principales situaciones problemáticas u oportunidades de desarrollo que deberán ser incluidas en la agenda municipal, junto con la toma de decisiones sobre las alternativas de acción.

Por lo que, alinear un problema de desarrollo con una situación social nos permitirá integrar el contenido estándar normativo en cuestión en el análisis de dicho problema, permitiendo responder a preguntas como: ¿Cuánto afecta y desde cuándo?, ¿qué oportunidades de bienestar social se están perdiendo?, ¿en qué condiciones se encuentra, ¿cuáles son las causas y efectos?, ¿es posible observar un cambio (ciclos, regularidades)?, si no se interviene ¿qué sucedería a las y los afectados?, ¿cuál es la gravedad o urgencia para las generaciones futuras?, ¿Existe plan para alguna acción específica? si no existe, ¿Qué capacidades faltan en el municipio para atender esta situación?, ¿Existen capacidades de cumplir con el papel regulador de esta iniciativa para la protección de los derechos? Si no, ¿Cuáles son las limitantes?, ¿Existen recomendaciones sobre el abordaje de los derechos humanos, sociedad civil y otros organismos? y ¿En qué medida la política, programas y proyectos abarcan el tema?

Al ser un proceso dinámico la formulación, la tarea de construcción de información se hará, parcialmente en paralelo con las demás tareas que demanda la identificación de alternativas. El equipo técnico debe entregar al equipo político la mejor información posible en cada momento, partiendo de la sistematización de información existente.

5.2.5.1. Herramientas o técnicas de priorización

Dentro de las herramientas y técnicas de priorización que se sugiere utilizar se encuentran:

- Matriz de relación entre problemas, la cual muestra la relación entre problemas y su categoría de dependencia (alta, media o leve), como insumo para la priorización de problemas.
- Identificación y selección de opciones que permitan dar cumplimiento a los compromisos de los instrumentos internacionales y nacionales vinculantes en materia de Identidad Local y Valor Histórico como tema de desarrollo local, y la implementación de las recomendaciones realizadas por los organismos internacionales pertinentes.
- Información sobre áreas de decisión, sus interconexiones, necesidad de intervención (urgencia vs importancia), información sobre incertidumbre institucional, sobre el cambio de decisión y los valores que guían la toma de decisión.
- Selección de opciones estratégicas bajo incertidumbre o presión, mediante lo cual se identifica las que corresponden al foco del problema, ponderándolas en función de los

criterios de valoración de alternativas, en la combinación más factible, permitiendo identificar, también, las opciones de corto y mediano plazo.

5.2.6. Etapa 6: Jerarquización de alternativas y selección de alternativas de acción

Elegir una alternativa involucra, desechar otras; para el efecto, es necesario jerarquizar las alternativas. Por tanto, se recomienda establecer un índice de jerarquización de alternativas, sobre la base de parámetros como sostenibilidad, eficiencia, eficacia, viabilidad política, viabilidad social, viabilidad legal administrativa, recursos económicos, recursos institucionales, etc.

El proceso de determinación en orden de prioridad debe dar lugar a la participación efectiva de todas las partes interesadas, en particular de los comerciantes informales del centro histórico, para que expresen su opinión acerca del orden de prioridad; así mismo implica el establecimiento de mecanismos institucionales eficaces para que eventuales opiniones aparentemente contradictorias puedan conciliarse de manera justa y equitativa, a fin que el resultado del proceso implique la concertación de distintas posiciones.

Es importante mencionar que, al realizar la jerarquización de alternativas, se deberá tener en cuenta el principio de prioridad absoluta, principio del interés de los comerciantes informales del centro histórico de querer mejorar su bienestar social y oportunidades.

Con la determinación y jerarquización de alternativas, el equipo técnico presentará su propuesta al equipo político, el cual seleccionará la alternativa de acción por cada problema de desarrollo a ser considerados para la construcción de una estrategia integral de Identidad Local y Valor Histórico en el centro histórico del municipio.

5.3 Fase de formulación de objetivos estratégicos y líneas de acción de la Política

5.3.1 Etapa 1: Lineamientos generales

La estrategia de Identidad Local y Valor Histórico, debe propiciar el cumplimiento del bienestar social y de oportunidades, a través de una transformación económica.

5.3.1.1 Enfoque estratégico

Corresponde a la Municipalidad, establecer el enfoque estratégico del sector, es decir, las orientaciones a largo plazo que guiarán las acciones de mediano y corto plazo.

En esta etapa, las estrategias generales a proponer, deberá caracterizar la hoja de ruta y la forma de hacer para dar sentido y contenido a la estrategia, refiriéndose básicamente a los siguientes criterios:

- a) Incorporar a los actores locales en la planificación, toma de decisiones, puesta en marcha y control de los recursos definidos.
- b) Establecer cómo se relacionarán los diferentes niveles de decisión, a manera que cumplan con el principio de colaboración, complementariedad y subsidiariedad en la acción pública municipal.
- c) Definir cuáles serán las líneas generales que se adoptarán.
- d) Puntualizar cómo se lograrán tomar acuerdos con los actores locales

5.3.2. Etapa 2: Enunciados de la Estrategia Municipal

A partir de la identificación de las prioridades, se deben establecer los objetivos, estrategias y líneas de acción, que se activarán para alcanzar el ideal propuesto en la Política Municipal.

5.3.2.1 Enunciados preliminares

En el diagnóstico, se seleccionaron las alternativas de acción ante los problemas de identidad local del municipio; por lo que, a partir de esos planteamientos iniciales, las alternativas deben ser enunciadas en forma de estrategia para el fortalecimiento de la Identidad Local y el Valor Histórico para la transformación económica del centro histórico.

La estrategia municipal, debe cumplir en su proceso de formulación y decisión como en su implementación y gestión, con la obligación de garantizar las mismas oportunidades y el bienestar social para todos los comerciantes informales del centro histórico. Asimismo, deberá ser clara en cómo aportará en la disminución de la inequidad y propiciará la transformación económica del centro histórico del municipio, a través de las acciones que se definan, debiendo incluir las formas y acciones que garanticen un impacto positivo y la sostenibilidad. Es decir,

que la Estrategia Municipal debe orientarse a los comerciantes informales del centro histórico como titulares de derechos.

5.3.3. Etapa 3: Proceso de toma de decisión

La toma de decisión en términos de estrategia municipal, implica decidir cuánto abarcará el conjunto de objetivos, estrategias y líneas de acción, dado que el abanico de problemáticas que puedan merecer atención y tienen alternativas factibles podría ser muy amplio; es por ello la necesidad de hacer un análisis cuidadoso de prioridades antes de la toma de decisión final.

La disponibilidad de los recursos es un dato que debe ser discutido, pues, para poder implementar la estrategia es imprescindible la asignación de recursos, infraestructura y personal, en la medida que según la situación fiscal lo permita; en caso de escasez de recursos, la estrategia debe enfocarse a hacer efectivos los recursos disponibles y las intervenciones que tengan mayor impacto a futuro.

Por lo tanto, las y los tomadores de decisiones, deberán tener presente el cumplimiento de la obligación de satisfacer los niveles esenciales mínimos de cada uno de los comerciantes informales involucrados; respetar el principio de progresividad en materia de política, lo que implica que una vez alcanzado un cierto nivel de realización de un derecho, un retroceso es inconstitucional; usar en forma eficiente los recursos disponibles para dar efectividad a los derechos, implicando entre otras cosas, la lucha contra la corrupción dentro del sector y la transparencia; y finalmente, tomar en consideración las evaluaciones de impacto y la sensibilidad de identidad local alcanzada.

En síntesis, se hace necesario la formulación de la estrategia municipal seleccionando las acciones de mayor significación e impacto, que puedan ser asumidas por los actores involucrados sin dificultad como expresión de la intervención de la municipalidad en ese campo, y que además sirva como marco para la planeación institucional plasmada en programas y proyectos a largo plazo.

5.3.3.1 Herramientas para la decisión.

Dentro de las técnicas que facilitan la toma de decisión se proponen:

- a) Evaluación ex ante: Una evaluación de impacto de la Identidad Local y el Valor Histórico, cuyo objetivo es anticipar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de la estrategia; es importante que se lleven a cabo los análisis de impacto durante la formulación de estrategias para que el resultado pueda ser incorporado en la toma de decisiones sobre la misma.
- b) Análisis de escenarios: Técnica para precisar las preguntas claves sobre ambientes alternativos futuros que podrían influir en la magnitud del impacto de la estrategia; para la construcción de escenarios, se deberá partir de la enumeración de los principales factores de éxito y fracaso de la decisión. Se sugiere la técnica “Delphi”, mediante la cual se puede obtener opinión de expertos sobre la probabilidad de ocurrencia de tales eventos y seleccionar los eventos más probables mediante una matriz de impactos cruzados.
- c) Técnicas para anticipación de las medidas de aceptación o rechazo: En este caso, se propone el “Ábaco de Regnier” pues, a partir de una escala de valoración (entre favorable y desfavorable), se asignan los actores sociales o expertos a los enunciados de la estrategia, los mismos expertos y actores pueden emitir opiniones sobre posibles cambios a la propuesta en los aspectos sobre los que no están de acuerdo; pudiéndose reiniciar otro ciclo de valoraciones con las nuevas propuestas.

Para la realización de priorización de acciones, el criterio o la valoración municipal posee un peso significativo, dado que es uno de los pilares fundamentales del desarrollo equitativo y endógeno.

5.3.4 Etapa 4: Formulación de Objetivos

Para lograr la secuencia lógica entre la planificación para el desarrollo a nivel nacional con la estrategia municipal, es necesario identificar el art. 5 de la Ley de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, en el cual se tienen como principios:

- Integralidad
- Participación ciudadana
- Equidad de género
- Sostenibilidad ambiental
- Gestión integral de riesgos

- Desarrollo sostenible
- Coordinación y colaboración institucional
- Concertación
- Integración social
- Eficiencia y eficacia
- Subsidiariedad
- Competitividad
- Acceso a la información
- Gobernabilidad
- Gradualidad

Los principios de la Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, son acordados para lograr el desarrollo endógeno, equitativo y garantizar los derechos de los actores involucrados. Estos constituyen directrices estratégicas para la planificación municipal y cualquiera de sus iniciativas; sobre la base de estos principios se deberá formular la estrategia municipal de “Fortalecimiento de la Identidad Local y Valor Histórico como estrategia de transformación económica en el centro histórico del municipio”.

Por lo tanto, se requiere un ejercicio de correspondencia, de tal manera que se retomen los principios de la mencionada Ley para responder a los problemas y alternativas identificadas en el diagnóstico; así como la formulación de estrategias y lineamientos que no están completados en la y que son necesarios para responder a los problemas identificados.

5.3.5 Etapa 5: Formulación de estrategias

El análisis y elección de estrategias, implica la toma de decisiones subjetivas con base a información objetiva. Las estrategias deberán corresponder a la consecución de los objetivos previamente establecidos, siendo necesario, que éstos se enmarquen en los principios de Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Dentro de las técnicas más importantes para formular estrategias, y que pueden integrarse, en un marco de tres momentos son (Velásquez, 2006):

a. Momento 1: Insumos

En este momento, se resume la información básica obtenida en el diagnóstico situacional de la

Identidad Local y el Valor Histórico con la participación de la población sujeto de estudio. Para este resume se propone la utilización de los siguientes instrumentos:

i. Matriz FODA: Es una herramienta, que permite conformar en un cuadro la situación actual del objeto de estudio, en este caso, los comerciantes informales, y cómo el municipio puede apoyar en su desarrollo; en esta matriz, se incluyen cuatro aspectos: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

ii. Matriz EFE: La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva

iii. Matriz EFI: Resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI, es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente.

b. Momento 2: Adecuación

Éste se concentra en generar estrategias alternativas viables, alineando factores internos y externos claves. Para ello, se propone el siguiente instrumento:

iv. Adecuación simple uno a uno: Individualiza los factores internos clave y los factores externos clave, y las alinea en una estrategia resultante.

c. Momento 3: Decisión

Una vez sentadas las bases mediante el análisis, se identifican, evalúan y seleccionan las estrategias. Para ponderar las estrategias a utilizar en la estrategia municipal se propone:

i. Matriz MCPE: La matriz cuantitativa de planificación estratégica utiliza la información obtenida en el momento 1 para evaluar en forma objetiva las estrategias alternativas viables identificadas en el momento 2; ésta matriz revela el atractivo relativo de estrategias alternativas y, por tanto, ofrece una base objetiva para seleccionar estrategias específicas.

5.3.6 Etapa 6: Formulación de líneas de acción

Al formular los lineamientos, se debe tomar en consideración, que éstos deben permitir realizar acciones previstas en la Estrategia Municipal, utilizando con eficiencia los recursos y

asegurándose que éstos sean la mejor alternativa social y política, esto supone el establecimiento de acuerdos previos.

Las líneas de acción serán las formas de implementación de la estrategia municipal, y deberán ser formuladas en frases cortas relativas a vías o caminos de acción; y ser específicos, medibles, alcanzables y relevantes; además de enmarcarse en las líneas de acción de la Ley de Desarrollo y Ordenamiento Territorial; y tomar como base el contenido normativo de los derechos humanos, traducidos en características municipales.

5.3.7 Etapa 7: Identificación de garantes o responsables

Una vez diseñadas y formuladas las estrategias y las líneas de acción, se deberá identificar quiénes serán los garantes o responsables del cumplimiento o ejecución de las mismas, tomando como base las competencias de cada actor involucrado. Se deberá buscar, además, las articulaciones, coordinación y colaboración entre todos y todas, aludiendo al principio de Integración Social estipulado en la Ley de Ordenamiento y Desarrollo Territorial.

5.3.8 Etapa 8: Metas e indicadores

Ésta etapa, consiste en determinar los logros e impactos esperados de la Estrategia Municipal de Fortalecimiento de la Identidad Local, debe dar cuenta de la integralidad, comprendiendo que deben fomentarse las sinergias y complementariedades entre las metas.

Las metas indican el logro que se pretende alcanzar en un determinado período de años; por lo que deben estar construidas de forma tal, que sea posible alcanzarlas con las acciones que se van a emprender durante ése período de tiempo. La planificación de las instituciones involucradas, y los actores locales deberá articularse para el cumplimiento de las mismas.

El seguimiento y la evaluación del cumplimiento de las metas trazadas brindan indicadores que permiten proponer cambios oportunos y sugerir inclusiones o modificaciones de la estrategia a futuro.

5.4 Fase de aprobación y aval de la Estrategia e incorporación en el sistema

Una vez formulada la Estrategia de Fortalecimiento, ésta debe ser aprobada de manera consultiva por lo sectores que participaron en la formulación de la misma, principalmente del

equipo político-técnico; quien deberá presentarlo al Concejo Municipal de Santa Ana para su aprobación y emisión del respectivo acuerdo.

5.5. Fase de presentación y difusión de la Estrategia de Fortalecimiento de Identidad

Local

Una vez emitido el respectivo acuerdo, el Concejo Municipal de Santa Ana, deberá realizar un acto oficial de presentación de la estrategia, a cuál deberán ser invitados los actores involucrados, la academia y demás públicos de interés.

Asimismo, se comprometerá a difundir dicha estrategia de manera pública y amplia, por aplicación del principio de transparencia, y para lograr que cada uno de los comerciantes informales del centro histórico, se apropien de la estrategia y la apoyen. Dentro de los mecanismos para su publicación y difusión se propone:

- a. Publicar el documento de la Estrategia de Identidad Local en un diseño amigable, dirigido a diferentes grupos: comerciantes informales, actores locales e instituciones.
- b. Difundir a las y los servidores públicos de las instituciones gubernamentales para que se apropien del contenido del documento.
- c. Brindar capacitaciones a actores locales, instituciones, y comerciantes informales involucrados e interesados.
- d. Difundir el documento a través de medios de comunicación digital y físico, haciendo uso de las redes sociales, periódicos, foros y otros medios según lo necesario.
- e. Difundir en los centros de educación superior del municipio de Santa Ana

5.6. Monitoreo y evaluación de la política

A pesar que la presente guía se enfoca en la formulación de la Estrategia de Identidad Local y Valor Histórico, se hace necesario proponer algunos mecanismos de monitoreo y evaluación, con la finalidad de que se comprenda el ciclo completo de la estrategia.

Al comprender que la Estrategia orientará a mejorar oportunidades y bienestar social, y que ello conlleva compromisos y para que sean efectivos requieren de mecanismos idóneos de monitoreo y evaluación, a fin de que sus procesos sean transparentes; así mismo, estos mecanismos son fundamentales para detectar y corregir fallas sistémicas en la ejecución de la estrategia.

5.7 Implementación y monitoreo

Para la implementación y monitoreo de la estrategia, se propone:

a. Instalación de Comisión de Adecuación Institucional Municipal:

Ésta comisión deberá integrar personal de alto nivel, y tendrá dentro de sus funciones la de procurar la garantía de la adecuación de la municipalidad a las exigencias de la estrategia, en lo referente a las normativas y procedimientos institucionales; así mismo participará en la elaboración de un plan de acción.

b. Elaboración del Plan Municipal de Acción:

El Plan Municipal de Acción, será el instrumento mediante el cual se defina la hoja de ruta que se debe seguir para el logro de los objetivos establecidos en la Estrategia de Identidad Local y Valor Histórico; éste plan, deberá desarrollarse de manera participativa y en coordinación con los diferentes actores locales, y definirá la temporalidad de acciones, su ejecución a corto, mediano y largo plazo; así como la asignación de recursos y métodos de medición (metas e indicadores).

c. Creación del Comité Local de Fortalecimiento de Identidad Local y Valor Histórico:

La municipalidad posee obligación conjunta con CONAMYPE para la creación del comité; dado, que dicho comité es un órgano administrativo municipal y debiendo estar adscrito a la municipalidad, a pesar de que ejercerá sus atribuciones con independencia técnica y administrativa.

La principal función del comité será velar por la garantía de crear oportunidades y un mejor bienestar social en el centro histórico del municipio, manteniendo congruencia de sus actuaciones en relación a la Constitución de la República de El Salvador, La Ley de Ordenamiento y Desarrollo Territorial y Derechos Humanos.

d. Elaboración de informes semestrales:

La finalidad de la elaboración de informes semestrales será para dar seguimiento y monitorear las acciones establecidas en la Estrategia Municipal; éstos informes deberán ser preparados por

las instituciones y organizaciones con responsabilidad directa en la ejecución de estrategias y líneas de acción ya establecidas.

El objeto de dichos es convertirse en un instrumento de medición del avance de la implementación de la estrategia.

e. Creación del Sistema Municipal de Información:

Este sistema, tiene como fin, recolectar la información sobre la situación de los comerciantes informales del centro histórico, en la cual se integrarán estadísticas y cifras oficiales, o cualquier otra información que puedan aportar las instituciones, organizaciones sociales, etc.

Deberá constituirse y actualizarse en una base de datos con indicadores apropiados para medir el cumplimiento de indicadores de bienestar social, con datos desagregados por edad, sexo, zona geográfica, cantones, u otros indicadores considerados pertinentes.

El análisis que devendrá del sistema, puede usarse como insumo primordial para la elaboración de informes sobre el estado de situación de los comerciantes informales del centro histórico en el municipio de Santa Ana.

5.8 Evaluación

La evaluación es el análisis objetivo y científico de los efectos a corto y largo plazo de la estrategia, tanto sobre los actores principales o situaciones para los cuales se diseñó la estrategia, como sobre identidad local y el valor histórico, y el análisis de costes actuales y futuros sobre cualquiera de los beneficios identificados.

La evaluación del avance en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la estrategia puede hacerse con una temporalidad de 1 año, y debe ser coherente y análogo con las metas e indicadores establecidos en la estrategia municipal.

Se propone, como primer ejercicio, la evaluación tipo participativa, con metodología cualitativa que permita mantener una relación directa con la realidad social en la cual se estarán desarrollando las intervenciones del plan.

Los mecanismos de monitoreo como los informes semestrales, son en sí fuentes primarias para el proceso de evaluación de la estrategia municipal.

5.9. Estructura del documento de la Estrategia Municipal

Se debe tener en consideración que el documento de la política debe ser una síntesis elaborada con el propósito múltiple que pueda ser utilizado como:

a. Instrumento de la planificación del desarrollo

- Para aprobación de las autoridades respectivas
- Como documento de trabajo y como base para la planificación
- Establecer canales de articulación municipal
- Soporte para la agenda municipal

b. Difusión pública

Por lo que se hace necesario, que el documento sea estructurado y elaborado en un formato tal que provea a los y las tomadoras de decisiones de los elementos y argumentos necesarios, y que, al mismo tiempo, cumpla con el objetivo de posicionarse en la opinión pública.

Por tanto, se propone como esquema:

1. Presentación de autoridades
2. Agradecimientos
3. Introducción y/o presentación:

Se describe brevemente el proceso de diseño y aprobación de la estrategia, resaltando la importancia del documento como instrumento para el cumplimiento de generar oportunidades y bienestar social para los comerciantes informales del centro histórico del municipio de Santa Ana.

4. Marco de referencia:

En este apartado, se presenta de manera breve, el marco legal y normativo, nacional e internacional, a partir del cual se construye y se implementa la estrategia.

5. Definición y principios de la estrategia:

Define en concreto, en qué consiste la estrategia, y en qué principios se basa; se considera, que debe basarse en los principios de la Ley de Ordenamiento y Desarrollo Territorial y también, sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, para tales efectos, al menos debe considerar, los

principios de interés de los comerciantes, participativa, transparencia, integralidad, acceso a la información y concertación.

6. Estado de situación de los comerciantes informales del centro histórico del municipio de Santa Ana.

En este apartado, deberá presentarse de forma breve la situación en la cual se encuentran los comerciantes informales combinándola además con la opinión directa de los mismos.

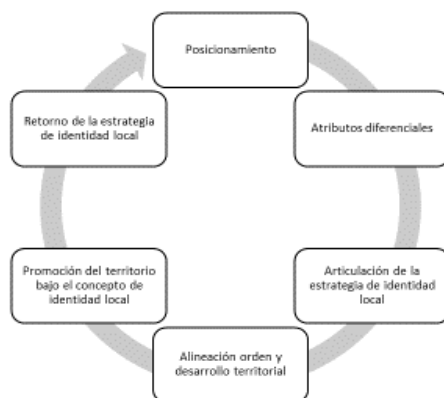
7. Visión sobre los comerciantes informales del centro histórico en el municipio

Se deberá incorporar en este espacio, la descripción de la situación sobre los comerciantes informales que se aspira a tener en el futuro, es decir, el ideal de desarrollo y la identidad local hacia el cual se mueve el municipio.

8. Contenido y propuesta de la estrategia

Éste apartado, deberá considerar el concepto estratégico de la estrategia de marca local bajo el siguiente esquema:

Estrategia de marca/Ciclo de vida



El anterior modelo, sugiere el comportamiento del ciclo de vida de la estrategia configurando la parte de la marca de identidad local con los factores claves de desempeño en la competitividad y marketing de la ciudad.

a. Objetivos estratégicos de la estrategia

Se sugiere estructurarse primero, en un objetivo general, seguido de los objetivos estratégicos

i. Estrategias de posicionamiento

De cada objetivo estratégico, se desprenderán estrategias líneas de acción y estas a su vez se

desprenden de las estrategias.

ii. Atributos diferenciales

Retomando los elementos claves y únicos del municipio para diferenciarse

iii. Articulación de la estrategia de identidad local

Considerando los actores principales en el territorio y sus procesos de participación

iv. Alineación orden y desarrollo territorial

Se considera el máximo respeto al marco jurídico vigente en virtud del uso del territorio y los espacios públicos sin perder de vista las necesidades socioeconómicas de los actores.

v. Promoción del territorio bajo el concepto de identidad local

La principal recomendación es apostarle a lo más conocido y fortalecer el territorio facilitando condiciones para la dinamización del mismo. Para esta parte se sugiera una propuesta publicitaria basada en los siguientes conceptos ancla de la marca:

NUEVO LOGO PARA RELANZAR LA MARCA LOCAL: Es una combinación de los elementos naturales, arquitectónicos, recursos propios de nuestra región, conectados con una paleta de colores armonizada con la realidad del municipio.



Santa Ana como marca resaltando sus atributos diferenciales.

Anclada en 3 ejes principales:

1. Naturaleza: Bosques, lagos, lagunas, montañas, volcán, entre otros.
2. Colonial: Arquitectura precolombina
3. Impresionante como su gente, su brillo su carisma y su calidez



Santa Ana debe explotar la calidad de lo que produce.

Por años el café fue el bastión principal de nuestra economía, y destacaba como producto de exportación por sobre otras regiones.

Se puede desarrollar un clúster del café basado en la creación de negocios que trabajen bajo el concepto del café como materia prima principal.

Crear el concepto de "café al aire libre", con oferta gastronómica base y complementaria que presente los mejores productos de las fincas en diversas formas para turistas locales y extranjeros.



Santa Ana debe explotar la calidad de recursos naturales presentando una oferta turística de destinos impresionantes.

Tenemos volcán, cerros, lago, bosques, historia de héroes y grandes personajes nacidos en esta tierra y sus tradiciones.

Por tanto, se debe definir un concepto que compita turísticamente con otras regiones pero con la ventaja geoestratégica de tener todas esas experiencias en un mismo lugar.

Santa Ana posee todo y se distingue por sus creaciones por su gente, por que acá todo resalta desde la mano de obra hasta lo que producimos.



Santa Ana debe explotar la calidad de lo que produce, y esto tiene que ver también con otra industria fuerte, el cuero o calzado.

Explotar el rubro del calzado nos permitiría fortalecer una industria con mucho potencial de desarrollo en la cual se podrían reunir esfuerzos de productores locales, comercializadores, inversionistas que deseen apostarle a la dinamización del sector basados en la innovación del mercado.

La idea es, estimular el sistema productivo presentando la capacidad empresarial y los productos derivados del cuero para microempresarios o empresarios de otras regiones.

ATRIBUTOS DIFERENCIALES: Harán referencia a los aspectos relevantes que pueden destacar la ciudad por sobre otras regiones. En esta parte se propondrán estrategias ancla para apoyar la marca local.

Poder realizar y materializar estos conceptos, se deben asignar recursos presupuestarios especiales para su promoción y ejecución a través de una campaña publicitaria. También en paralelo se necesita gestionar la atracción de empresas que quieran asociarse con la estrategia, desde tours operadores hasta micro, pequeños y medianos empresarios que quieran ser parte de este proceso.

5.10. Mecanismos de implementación, monitoreo y evaluación

Es la precisión sobre cómo se implementará la política, y quiénes le darán seguimiento, a tal punto que se deben crear herramientas que puedan medir de forma objetiva los indicadores claves de desempeño de la estrategia.

5.11. Recursos disponibles

Enunciará de donde provienen, cuáles son y en qué se aplicarán los recursos para la ejecución de la estrategia; es importante mencionar, que la inversión en fortalecer la identidad local y el valor histórico debe expresarse en cada uno de los rubros del presupuesto municipal y no únicamente en los asuntos sociales; por lo que una acción clave es identificar en cada rubro y acción, las partidas que apuntan al cumplimiento de las oportunidades y bienestar social de los comerciantes.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. La identidad local es considerada por los comerciantes informales y los referentes de las instituciones, como un elemento relevante para diferenciar el territorio sobre otras regiones.
2. Los comerciantes informales tienen claridad de su dependencia de productos externos no producidos en el país para generar una oferta y sus ingresos económicos.
3. Los comerciantes informales en su mayoría identifican el centro histórico y su riqueza cultural como aquellos aspectos que pueden servir de ancla para fortalecer sus prácticas comerciales y sus oportunidades de desarrollo
4. Para los comerciantes informales su situación económica cada vez es más difícil, y recienten el poco o nulo apoyo recibido de las autoridades municipales y del Estado para mejorar sus condiciones de trabajo. Asimismo, manifiestan sentirse perseguidos o acosados por las autoridades y utilizados solamente con fines electorales
5. Los comerciantes informales están de acuerdo que la identidad local, puede ser un factor que ayude a mejorar las condiciones de atractividad del centro histórico, como una estrategia para atraer oportunidades de bienestar social y bienestar económico para todos los actores involucrados.
6. Es necesario fortalecer la identidad local para generar una estrategia enfocada a transformar las prácticas comerciales, conectando el territorio, la economía y las personas desde un enfoque sostenible.
7. Se hace necesario diseñar una propuesta de identidad local arraigada con los elementos claves más destacables de la ciudad para poder competir con otras regiones y así estimular el turismo local y extranjero para mejorar el consumo de productos locales.
8. La propuesta de identidad local debe considerar la participación amplia de todos los actores involucrados en el territorio, diseñada con todos los mecanismos de consulta, especialistas, insumos y recursos indispensables para alcanzar indicadores de alto impacto en la economía local.

6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda la Alcaldía Municipal de Santa Ana, considerar una estrategia de identidad local para promover la transformación económica y el desarrollo local, en el centro histórico.
2. Se recomienda a la Alcaldía Municipal estructurar estrategias de desarrollo local en articulación con todos los sectores y actores locales, a fin de tener un proceso amplio de participación que permita una dinamización local de la economía alineada con la cultura y la identidad del municipio para generar mejores condiciones económicas y sociales para los involucrados.
3. Se recomienda a la Alcaldía Municipal realizar un proceso de transformación económica considerando el relanzamiento de marca de la ciudad y anclando las actividades económicas en la estrategia de identidad local.
4. Desarrollar un proceso de formación y capacitación de todos los actores para alinearse en la estrategia de identidad local para promover valor histórico de la ciudad y diferenciarse sobre otras regiones del territorio nacional.
5. Considerar dentro de la estrategia de promoción de la identidad local y valor histórico un plan de trabajo con indicadores claves de desempeño, que permitan alcanzar los objetivos de transformación a largo plazo, para generar un modelo competitivo y atractivo para el turismo local y externo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 2), S. H. (2014). *Metodlogia de la investigacion 6ta edicion*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- 22), S. H. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6ta edicion*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- 382), S. H. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6ta edicion*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- 398), S. H. (2014). *Metodlogia de la Investigacion 6ta edicion*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- 9), A. (. (2006). *Codigo de etica de la aosicacion de trabajadores y trabajadoras sociales De El salvador*. San Salvador.
- 93), K. O. (2014). *Introduccion a la investigacion Cualitativa*. Lima, Peru: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- 93), K. O. (2014). *Introduccion a la Investigacion Cualitativa* . Lima, Peru: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- A., W. (2007). *Definicion y evaluacion de la competitividad: Consenso sobre su definicion y medicion de impacto*.
- al, A. 2. (2004). *Economia y Desarrollo* . Universidad de la Habana, 49,51.
- al, A. 2. (Marzo 2019). *El Desarrollo Sostenible Humano Local*. *Economia y Desarrollo*, Universidad de la Habana.
- Alvarez, C. S. (3 de mayo de 2024). *Diario digital contra punto*. Obtenido de <https://www.contrapunto.com.sv/el-mismo-fodes-ahora-ejecutado-por-la-nueva-direccion-de-obras-municipales/>
- Andes, R. d. (2004). *Revisat digital identidad y cultura* . *Educere*, revista venezolana de Educacion.
- Arcos Palma, O. (. (2008, Pag. 46-85). Obtenido de <https://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/5-Teorias-y-Enfoques-del-Desarrollo.pdf>

- Ayala Criollo, N. N. (Abril de 2019). Obtenido de
<https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001196.pdf>
- Bran y Salamanca, L. L. (2006). Obtenido de
https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1287&context=abya_yala
- Bran y Salamanca, L. P. (2006). Obtenido de
https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1287&context=abya_yala
- Canzanelli. (2004). Valorizacion del potencial endogeno, competitividad territorial y lucha contra la pobreza(Pag. 81. 2da Edicion).
- Carcamo Monedero, M. A., Contreras Posada, D. B., & Pinto Melgar, F. R. (Octubre de 2017). Red Bibliotecaria Matias(TESIS). Obtenido de
<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/ARN/0002656-ADTESCP.pdf>
- Coto, G. Y. (2006). Perspectivas teorías en Desarrollo Local. España: Netbiblo.com.
- Cuervo, M. (2007). Planificación para el desarrollo de América Latina y del Caribe(Pag. 41). Santiago de Chile: CEPAL, Naciones Unidas.
- Docampo, M. G. (2007). Perspectivas teóricas en Desarrollo Local. España: Netbiblo.com.
- FUNDE 2001 pAG 41 Y 48, P. y. (2001). Obtenido de
<https://repo.funde.org/view/subjects/2=2E1=2E4.html>
- Gochez. (1999). Cooperativismo y desarrollo Local. Instituto de Investigaciones económicas, 58.
- Gonzales, M. y. (2003). Estudio de las herramientas empleadas por parte de ONG'S para identificar necesidades para el desarrollo local en los municipios.
- Landaverde Granadino, M. T. (2019). Repositorio Centro americanoSIIDCA- CSUCA. Obtenido de <https://repositoriosiidca.csuca.org/Record/RepoUES21817>
- Legislativa, A. (18 de Noviembre de 2021). Asamblea Legislativa. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/node/11767>

- Michael, P. (2005). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de empresas y sus competidores .
- Mundial, B. (s.f.). Asociacion Internacional de fomento, Grupo banco Mundial. Obtenido de
Abc´s de las AIF de empleo y transformacion economica:
<https://aif.bancomundial.org/es/abcs/abcs-ida-jobs-and-economic-transformation>
- PNUD, I. d. (1995). PNUD. Obtenido de
<https://hdr.undp.org/system/files/documents/hdr1995escompletonostats.pdf>
- publica, I. U. (2004). Construccion de paz en El Salvador. Revista ECA.
- Sampieri Hernandez Roberto/ Pag, 3. (2014). Metodlogia de la Investigacion . Mexico DF:
McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri Hernandez, R. (. (2014). Metodologia de la Investigacion 6ta edicion. Mexico:
McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri Hernandez, R. (2014). Metodologia de la Investigacion 6ta edicion. Mexico:
Pandamet. com.
- Sampieri Hernandez, R. 4. (2018). Metodologia de la Investigacion . Mexico: Pandamet.com.
- Sampieri Hernandez, R. P. (2014). Metodologia de la investigacion 6ta Edicion. Mexico:
Pandamet.com.
- Valencia, A. S. (2005). Modernizacion y cambio social en America latina. Obtenido de
http://rmcps.unam.mx/wpcontent/uploads/articulos/129_13_modernizacion_sotelo.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de Actividades

Actividades	Meses/ Semanas																																														
	MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIE MBRE				OCTU BRE				NOVIEM BRE					ENERO 2024				FEBRER O 2024					MARZO 2024				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
Delimitación del tema																																															
Inscripción del tema																																															
Cap. I Planteamiento del problema																																															
Elaboración de justificación																																															
Elaboración de preguntas de investigación																																															
Elaboración de objetivos de investigación																																															

Anexo 2: Declaración de consentimiento informado de los participantes



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
ESCUELA DE POSGRADOS MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL
SOSTENIBLE DECLARACION DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, _____ con número de Documento Único de Identidad (DUI) _____ por este medio hago constar mi participación voluntaria en el estudio denominado “FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD LOCAL, A PARTIR DEL VALOR HISTORICO COMO ESTRATEGIA DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA, EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE SANTA ANA”, y autorizo el uso de la información proporcionada para los fines educativos de la investigación. Manifiesto que estoy enterado (a) sobre el derecho de expresar mis inquietudes sobre la participación y la posibilidad de retirarme en caso de que así lo estime conveniente. Para tales efectos estoy en la disposición de brindar la información a través de una entrevista que se administrará, respondiendo a las preguntas generadas. Por lo que firmo el presente consentimiento informado para los efectos de garantizar mi participación voluntaria en la investigación.

F. _____

Huella

Anexo 3: Guía de entrevista dirigida a comerciantes



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
ESCUELA DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

Guía de entrevista semiestructurada dirigida a comerciantes informales

Objetivo: Conocer su opinión y percepciones sobre el valor histórico como elemento de transformación de las prácticas comerciales para ampliar sus oportunidades de bienestar social

Indicaciones: Se le presentan una serie de preguntas relacionadas con el objetivo, se le solicita por favor que conteste cada una según su opinión o percepción personal. La información proporcionada por usted es confidencial por lo que nadie ajeno a la investigación tendrá acceso a sus datos personales.

Responsables de la investigación: Lic. Miguel Angel Rivera y Lic. Eber Wilfredo Caballero

Fecha de la entrevista: _____

Institución: _____

A. Datos Generales:

Edad: ____ Sexo: Masculino 1. () Femenino 2. () Prefiere no decirlo 3. ()

B. Información sobre la Identidad Local

1. ¿Mencione algunas de las tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio de Santa Ana?
2. ¿Considera que las costumbres y tradiciones podrían ser relevantes para diferenciar la ciudad y sus productos sobre otras regiones del país?
3. ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica que usted conozca del municipio de Santa Ana?
4. ¿Considera que estos aspectos históricos son elementos que destacan a la ciudad sobre otras regiones del país? Si ____ No ____ ¿Por qué?
5. ¿A su criterio, podría la identidad local promoverse para mejorar las prácticas comerciales que ya tienen?

C. Información sobre el Prácticas Comerciales

5. ¿Cuántos productos ofrece a los consumidores en el centro histórico?
6. ¿Qué tipo de productos ofrece?
7. ¿Sus productos son fijos o se adapta a las temporadas?
8. ¿En su mayoría, sus clientes son locales o de fuera de la ciudad?
9. ¿Considera que sus ingresos por ventas son suficientes para tener lo necesario y cumplir con expectativas o compromisos?
10. ¿Sus ingresos le permiten generar un margen de ahorro para atender otras necesidades futuras?
11. ¿Podría decir que con sus ingresos puede cubrir el acceso a sus servicios básicos?
12. ¿Considera que, de acuerdo a su actividad, tiene acceso a financiamiento?
13. ¿Tiene acceso a capacitación o formación de parte de alguna entidad o institución del estado?

D. Información sobre Bienestar Social

1. ¿Existe gremio de comerciantes informales?
2. ¿Tienen un protocolo de ventas para diferenciar la identidad local de Santa Ana?
3. ¿Aplican buenas prácticas comerciales locales para solicitar mejorar sus condiciones de trabajo y perspectivas de desarrollo?
4. ¿Tienen claro el proceso para formalizarse como microempresa?
5. ¿Reciben alguna capacitación u orientación de alguna entidad del gobierno para aplicar buenas prácticas comerciales desde un enfoque sostenible?

Anexo 4: Guía de entrevista dirigida a representantes de instituciones



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
ESCUELA DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

Guía de entrevista semiestructurada dirigida a representantes de instituciones

Objetivo: Conocer su opinión y percepciones sobre el valor histórico como elemento de transformación de las prácticas comerciales para ampliar sus oportunidades de bienestar social

Indicaciones: Se le presentan una serie de preguntas relacionadas con el objetivo, se le solicita por favor que conteste cada una según su opinión o percepción personal. La información proporcionada por usted es confidencial por lo que nadie ajeno a la investigación tendrá acceso a sus datos personales.

Responsables de la investigación: Lic. Miguel Angel Rivera y Lic. Eber Wilfredo Caballero

Fecha de la entrevista: _____

Institución: _____

A. Datos Generales:

Edad: ____ Sexo: Masculino 1. () Femenino 2. ()

B. Información sobre la Identidad Local

1. ¿Mencione algunas de las tradiciones o costumbres más populares que conoce en el municipio de Santa Ana?
2. ¿Considera que las costumbres y tradiciones podrían ser relevantes para diferenciar la ciudad y sus productos sobre otras regiones del país?
3. ¿Puede mencionar aspectos de riqueza histórica que usted conozca del municipio de Santa Ana?
4. ¿Considera que estos aspectos históricos son elementos que destacan a la ciudad sobre otras regiones del país? Si ____ No ____ ¿Por qué?

C. Información sobre el Prácticas Comerciales

5. ¿Tienen identificados el número de comerciantes informales en el centro histórico?

6. ¿Existe algún registro de su información a partir de categorías como: género, edad, tipo de productos que ofrecen, etc?

7. ¿Tienen algún dato referente a las personas que visitan el centro histórico en el mes?

8. ¿Existe alguna estadística de las ventas generadas en esos períodos con los comerciantes informales?

9. ¿Han establecido alguna estrategia de promoción de la identidad local con los comerciantes del centro histórico para mejorar sus prácticas comerciales?

D. Información sobre Bienestar Social

10. ¿Tienen identificadas las necesidades de los comerciantes informales en el centro histórico o existe algunas peticiones de ellos?

11. ¿Existen canales de comunicación entre su institución y los representantes de los comerciantes?

12. ¿Existen programas de apoyo para lograr financiamiento para los comerciantes?

13. ¿Hay algún programa u apoyo para fomentar la formalización?

14. ¿Han desarrollado o promovido algún protocolo de buenas prácticas comerciales para los comerciantes en temas como: tratamiento de basura, contaminación, manejo de desechos?

Anexo 5: Espacio fotográfico



Centro histórico de la ciudad con vendedores ambulantes



Teatro de Santa Ana uno de los lugares más mencionados por los entrevistados



Museo regional, cerca del centro histórico y calle aledaña donde circulan muchos vendedores



Catedral de Santa Ana y lugar emblemático de la ciudad