

66

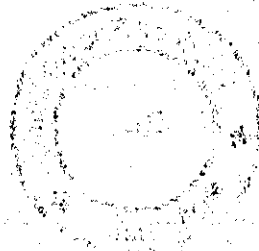
TEORIA Y PRACTICA DEL SECTOR INFORMAL HOY

José Elice

excerpta

FUNDACION
FRIEDRICH
EBERT 

LIMA 18/ APDO: 18-0955



personal



"TEORIA Y PRACTICA DEL SECTOR INFORMAL HOY"

José Elice Navarro

Resumen del Seminario Taller Nacional "Teoría y práctica del sector informal hoy", realizado en Lima del 25 de febrero al 1 de marzo de 1991.

Este Seminario Taller fue organizado por el Instituto de Desarrollo del Sector Informal, IDESI.

(c) Fundación Friedrich Ebert
Lima, mayo 1991.

Ilustraciones: Juan Tokeshi

Los editores no necesariamente comparten las opiniones vertidas por el autor.



C91-733

EXCERPTA

Selección, recopilación, compilación, colección, extracto; todos estos vocablos son sinónimos del nombre de esta serie de publicaciones auspiciadas por la Fundación Friedrich Ebert, con el fin de contribuir al enriquecimiento del debate sobre diversos temas de interés nacional.

TEORIA Y PRACTICA DEL SECTOR INFORMAL HOY

José Elice N.

TEORIA DE LA INFORMALIDAD

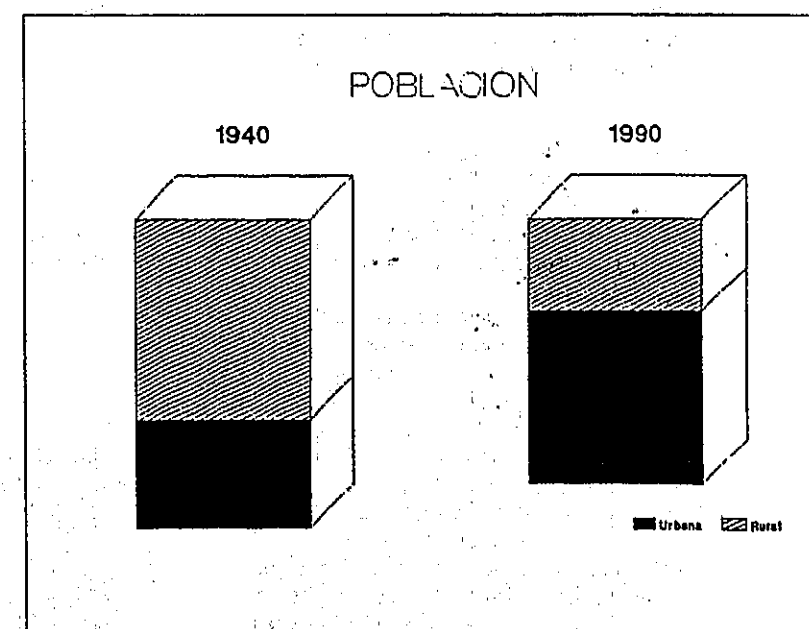
ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR INFORMAL

La realización de actividades económicas al margen del control oficial, es una práctica muy antigua. La encontramos en el período prehispánico y durante la colonia. Pero es en el siglo XX, en la década del 40, donde se inicia el proceso que ha dado origen al llamado "Sector Informal Urbano" (SIU) que hoy conocemos.

En efecto, a partir de 1940, y en esto están de acuerdo los investigadores, se produce un fenómeno migratorio sin precedentes que, a 1990, ha revertido el cuadro de distribución de la población en el territorio nacional.

El progreso de los medios de comunicación, la crisis del agro ocurrida entre 1940 y 1945, las posibilidades de lograr mejores condiciones de vida y acceder a importantes servicios públicos ausentes en el medio rural (educación, salud pública, etc.), son factores que han propiciado y sostenido el flujo migratorio del campo a la ciudad en el último medio siglo. Así, una superpoblación ávida de bienestar se ha ido trasladando a la capital de la república y a las capitales de departamentos. Pero, a diferencia de lo que hubiesen podido prever, los migrantes han encontrado en las ciudades dificultades y sobre todo pobreza. El "Sector Moderno de la Economía" ha sido incapaz de absorber la demanda de trabajo; el Estado, burocrático y formulista, en lugar de promover y abrir puertas las ha cerrado. Por último, una elevada tasa de fecundidad ha contribuido también a la expansión del fenómeno, pues mientras continúan naciendo más peruanos, los recursos necesarios para garantizarles condiciones mínimas de vida son en verdad escasas.

Así, muchos analistas coinciden en que la informalidad es la respuesta popular frente a lo adverso; frente al desempleo, frente a la indiferencia estatal. Hoy, la informalidad es más que simple "marginalidad"; es una fuerza que toma conciencia de sí misma y busca proyectarse en forma organizada hacia el futuro. La fuerza laboral, tradicionalmente ligada a las empresas del sector moderno, ha decidido buscar sus propias fuentes



de ingreso sin relación de dependencia. Ocultas o semi-ocultas en lugares poco accesibles, florecen las micro-empresas, las "escuelas técnicas" del empresariado popular y las incipientes organizaciones de empresarios informales.

EFFECTOS Y PERSPECTIVAS DEL EMPRESARIADO POPULAR.

Un fenómeno que ha alcanzado la magnitud que hoy tiene el empresariado popular, es de esperarse que tenga efectos importantes en el seno de la sociedad. Y en verdad, como algunos estudiosos previeron, se trata de una fuerza gigantesca que a su paso va transformando el rostro del país.

La emergencia del empresariado popular está provocando otros fenómenos complementarios que se traducen en cambios en el contenido de la cultura urbana, cambios en la estructura de las relaciones sociales en general y cambios en los enfoques de perspectiva de la economía nacional.

a) El Empresariado Popular y la cultura urbana.

En tanto seres sociales, los migrantes están ligados a familias y poblaciones, y es así que los sistemas de parentesco y "paisanaje", tan eficientes en las zonas andinas, se trasladan a la ciudad y abren camino para la penetración cultural. Así, mediante la eficiencia de las redes cohesionadas por lazos como el "compadrazgo", se asegura el flujo de información y la captación de ideas, técnicas y otros datos valiosos que, en suma, constituyen la "punta de la lanza" de la transformación de la cultura urbana tradicional.

Un ejemplo que evidencia la magnitud de este fenómeno de penetración, lo encontramos en la diversidad de escuelas técnicas y "cenecapes" que responden a una gran demanda generada por el carácter generalista de la cultura andina.

b) El Empresariado Popular y el cambio social.

La realización de actividades económicas al margen del control oficial no es un hecho reciente. Sin embargo, es claro que su magnitud, de una época a otra, es diferente. En los años 60, cuando la "marginalidad" empezó a ocupar la atención de los estudiosos, la importancia del empresariado popular inició su ascenso. Hoy se habla incluso de transformar el Estado y crear una nueva institucionalidad. Se trata, sin duda, de un giro en la forma de tomar decisiones: ya no más decisiones de escritorio donde la población es "un montón de números"; el gobernante, si las hipótesis que adelantan los analistas son

ciertas, debe asimilar a su lógica y sus planes la institucionalidad que se va generando y haciendo lugar entre la población misma.

La gesta de una pacífica, silenciosa, pero eficiente, transformación social parece posible. Se observa ya un proceso de homogenización cultural, la emergencia de un tipo de "empresariado-trabajador" y, por último, el empresariado popular y todos quienes participan del tejido social circundante a él, empiezan a verse a sí mismos como una gran fuerza de presión social; se preguntan qué son y qué pueden llegar a ser. Nadie duda hoy que este importante sector de la población constituye una verdadera "potencia política". Contestatarios de un Estado que los ha maltratado y "perseguido", erigen sus propias instituciones, establecen sus reglas; resuelven con ingenio sus problemas y se organizan.

c) Empresariado Popular y economía.

Si bien es importante reconocer los efectos de orden cultural y social del empresariado popular, no es posible dejar de señalar que su génesis es de orden económico. En la escasez, en la pobreza, en la necesidad de sobrevivir, ahí está la esencia del empresariado popular. En un primer acercamiento, el empresariado popular es un asunto de supervivencia; en un segundo momento, algo más avanzado, constituye la respuesta a un Estado ineficiente, que impone costos excesivos al desarrollo empresarial. A parte de ello, encontramos un movimiento que parece destinado a romper el dominio de los monopolios tradicionales.

El sector que constituyen quienes realizan actividades económicas al margen del control oficial (o por lo menos así iniciaron sus actividades) es bastante heterogéneo: el 30% tiene características de supervivencia en Lima Metropolitana, el 25% tiene un intenso nivel de acumulación y supera, en términos relativos, al sector moderno. Como luego constataremos, esta es una dificultad que va a frenar el impulso de organización del sector.

En general, el empresariado popular, por la dimensión promedio de sus empresas, tiene la ventaja de su gran flexibilidad; su capacidad de adaptación es sorprendente.

En el aspecto organizacional, las empresas del sector tienen a su favor la reducción de los niveles jerárquicos y el grado de interrelación que, aprovechando las "redes", han logrado en términos de competencia y "cooperación".

LA PALABRA DEL EMPRESARIADO POPULAR

LA NECESIDAD DE ORGANIZARSE.

Si de algo se han dado cuenta los empresarios populares en los últimos años, es que la organización es importante. Por ello, hoy encontramos diversas entidades que los agrupan para la defensa de sus intereses y el intercambio de experiencias o la gestión solidaria de objetivos comunes.

En concreto, podemos listar varias de las principales razones que llevan a la organización del empresariado popular:

El proceso de consolidación del empresariado popular plantea diversos problemas como: la inserción del sector en el contexto de la revolución tecnológica, la modernización del sector y la generación de tecnología propia eficiente. Para ello, los analistas coinciden en la necesidad de:

1. Modernizar el sector con el apoyo del Estado para lograr mayores niveles de acumulación.
2. Orientar la producción hacia mercados externos, formando "consorcios de exportación".
3. Articular la producción de las grandes empresas con las medianas y pequeñas.
4. Preparar proyectos productivos a nivel regional.
5. Impulsar el desarrollo tecnológico endógeno.

Así, de un problema de supervivencia se ha pasado a otro de generación de riqueza. De ahí se ha avanzado hacia reflexiones sobre la inserción en el contexto de la revolución tecnológica.

A modo de resumen podemos indicar que en la actualidad hay gran interés por realizar un enfoque integral del fenómeno, intentando registrar incluso sus antecedentes remotos en el período Prehispánico y la Colonia. La búsqueda de una mayor objetividad en el tratamiento del tema ha llevado también a definir con mayor claridad los elementos que van caracterizando al sector, como su creciente penetración de la cultura urbana tradicional, para transformarla; o su potencial social que lo identifica como factor de cambio y transformación; su flexibilidad y originalidad dentro del contexto de la producción, y su proyección como elemento base de la economía peruana del futuro.

Un dato importante, que no es posible obviar, es el de la nueva denominación que se abre paso para señalar al llamado "sector informal"; "empresariado popular". Concepto que lo mantiene cercano al pueblo, donde se origina y relleva un elemento importante: el empresariado popular se constituye por "gestores-trabajadores", por individuos que crean su propia fuente de trabajo e ingresos.

1. Defensa de intereses comunes.
2. Intercambio de experiencias en procesos de producción y comercialización.
3. Gestión colectiva ante las entidades estatales.
4. Búsqueda de mejores créditos.
5. Contratación de diversas formas de asesoramiento.
6. Difusión.
7. Búsqueda de beneficios complementarios (seguro social, capacitación, etc.).

CARACTERISTICAS DE LAS ORGANIZACIONES.

En principio, las organizaciones, en gran medida, se basan en los sistemas de relación social propios del ámbito rural. Por lo que no es raro encontrar

en ellas lazos de parentesco o paisanaje. Generalmente reúnen a empresarios de las varias ramas que constituyen el

sector. Alrededor de las organizaciones encontramos otras dedicadas a la solución de problemas ajenos a los de tipo empresarial (sociales, culturales, pro-vivienda, etc.).

Uno de los objetivos de muchas organizaciones de empresarios populares es la construcción y puesta en marcha de un parque industrial o de una galería comercial para que los asociados puedan desarrollarse en sus ramas de actividad.



Nadie duda, y esto es consensual, que es necesario organizarse; sin embargo, como en todo proceso complejo, la organización no es cosa fácil. La indiferencia y el individualismo son sus principales enemigos. Por ello, tiene gran relevancia, para el mantenimiento de la organización, la influencia de las prácticas de relación utilizadas en las zonas rurales (compadrazgo, paisanaje, etc.).

¿QUE DICEN LOS EMPRESARIOS POPULARES?

A través de lo que hemos escuchado de los dirigentes del empresariado popular, y lo que pudimos hablar directamente con ellos, ha sido posible que formemos un perfil, un acercamiento a su pensamiento actual:

a) Nuestra Identidad nos ha servido.

Una primera constatación interesante, es que los migrantes, hoy empresarios populares, son concientes de que sus lazos culturales los han ayudado de modo importante para abrirse camino en el medio urbano. Un dirigente dijo enfáticamente: "nuestra identidad nos ha servido, ha sido el sostén de nuestro entusiasmo, ha sido tener nuestra tierra y nuestras esperanzas siempre cerca...", y lo dijo emocionado, lo que es propio de quienes están convencidos de algo y lo tienen muy presente.

b) ¿Qué hacemos?

Los empresarios populares se consideran tales y rechazan la calificación de "informales", más aún cuando muchos de ellos ya se encuentran oficialmente registrados. Se consideran a sí mismos agentes de cambio y más de uno de sus dirigentes ha sugerido que los estudiosos utilicen la expresión "sector productivo popular", para calificar el sector a que pertenecen.

Y es que los empresarios populares hacen justamente empresariado popular: artesanía, metal-mecánica, zapatería, carpintería y comercio ambulante. Realizadas en pequeña escala, responden a una demanda más o menos sostenida, pero les resulta difícil acceder a mercados mayores o contribuir a su apertura. Pero lo interesante es que ya se están detectando logros significativos en lo concerniente a desarrollo tecnológico, tanto en el aspecto de la producción y la comercialización, como en el gerencial y de administración de créditos. Es así que sabemos de la existencia de máquinas hechas por los mismos empresarios, las cuales se difunden y venden a través del sistema de redes.

Pero hoy en día el empresariado popular no sólo quiere crecer empresarialmente, sino que concientemente se proyecta hacia ámbitos aparentemente ajenos a él. Destaca la preocupación por mejorar las condiciones de vida en general. Buscan consolidar una posición firme en la sociedad y frente al Estado. Exigen ahí donde hay que exigir y hacen ahí donde pueden hacer, donde el Estado ha negado su concurso o éste resulta insuficiente. En suma, el empresariado popular aparece como la base de un fenómeno más amplio, que trasciende lo económico y se proyecta hacia lo social y aún a lo político.

En los barrios marginales o "pueblos jóvenes", florecen las industrias del empresariado popular. En las calles de las ciudades, el comercio ambulante realiza su actividad en permanente conflicto con las autoridades. Alrededor de todos ellos, sus familias y allegados se organizan, se reúnen, hablan, discuten, inventan, recuerdan, deciden... Se desplazan por las calles, ingresan en cines y teatros o hacen lo suyo, entran en las escuelas y universidades, difunden su modo de ver las cosas. También lo imponen. Así, utilizando la terminología tradicional, los informales hacen algo más que ganarse la vida o sobrevivir. Están pensando hacer mucho más.

PROYECCIONES DEL EMPRESARIADO POPULAR.

¿Qué persiguen en lo inmediato los empresarios populares?. Es decir cuáles son sus proyecciones en el corto y mediano plazo.

a) Consolidar el sector sobre la base de la solidaridad.

De palabra de los mismos dirigentes constatamos que tienen muy presente el concepto de "solidaridad", como la base de su desarrollo futuro. Un dirigente fue muy enfático: "es necesario fomentar la solidaridad, nosotros somos herederos del 'ayni' y de la 'minka'".

b) Consolidar la base estructural para su desarrollo.

Las condiciones para el desarrollo de la empresa popular son creadas por los mismos interesados. Sin embargo, en virtud del desarrollo del empresariado popular y sus proyecciones, el sector requiere del apoyo estatal y de un lugar firme en el proceso de desarrollo del país. Así:

- Necesitan resolver el problema del acceso al crédito, que generalmente les es negado en tanto no pueden ofrecer garantía suficiente y hasta hoy sólo han obtenido a través de limitados programas estatales o por interme-

dio de las ONGs que trabajan directamente con la microempresa o el empresariado popular en general.

- Necesitan lograr mayor eficiencia empresarial, para ello es necesaria la capacitación especializada. En cierta medida, el esfuerzo de las organizaciones y las ONGs ha logrado cubrir cierto porcentaje de demanda en este rubro, pero es aún insuficiente.
- Necesitan Información comercial oportuna, para lo que proponen la creación de "bancos de datos" a nivel de las organizaciones.
- Necesitan una nueva base institucional, es decir, la generación de un marco normativo que les permita desarrollarse sin obstáculos, pero que a la vez los integre al sistema de control oficial del Estado.
- Necesitan tener participación en la toma de decisiones públicas a nivel regional y nacional, siguiendo la sugerencia de quienes creen necesaria su activa participación en el proceso político.

EL EMPRESARIADO POPULAR Y LAS ONGs

Las organizaciones no gubernamentales de desarrollo han cumplido y cumplen un importante papel en la consolidación del empresariado popular. El concurso de intelectuales y profesionales, que es posible a través de estas instituciones, ha establecido la base sobre la cual se levanta toda reflexión seria acerca del sector.

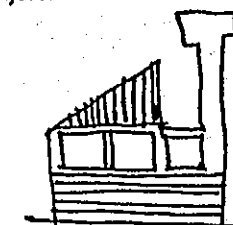
Las ONGs se desenvuelven en por lo menos tres importantes áreas de apoyo: crédito, asesoría y capacitación.

LAS ONGs COMO ÓRGANOS DE CREDITO.

Las ONGs actúan como órganos intermediarios de crédito resolviendo el problema de las garantías mediante la generación de "fondos de garantía". Los créditos son generalmente de baja cuantía; sin embargo han demostrado ser eficientes en la promoción de las microempresas o actividades del empresariado popular en general, oscilan entre los US\$ 500 a US\$ 2,500, y se orientan en forma individual.

El índice de recuperación es elevado (mayor al 90%), lo que ha sido posible debido a que los empresarios populares necesitan el apoyo crediticio y por ello están prestos a cumplir con sus obligaciones para mantener el flujo de recursos; y a que las ONGs capacitan a sus beneficiarios en la administración de los créditos, reduciendo el riesgo proveniente de una utilización irresponsable de los recursos puestos a su disposición.

El crédito no sólo se otorga en dinero, también los hay en activos distintos, como maquinaria. Aunque ésta suele ser objeto de donaciones provenientes del extranjero.



LOS ONGs Y LA ASESORIA DE LOS EMPRESARIOS POPULARES.

La experiencia de las ONGs les permite brindar asesoría especializada al empresariado popular. La información que han logrado reunir y sistematizar, hace posible que puedan ofrecer aquello que el empresario necesita en forma oportuna; por ejemplo: información sobre créditos, oportunidades de exportación, etc.

En el aspecto de formación son interesantes algunas experiencias registradas por las ONGs. Varias de ellas han preparado folletos y libros técnicos destinados a contribuir a mejorar la calidad de la producción y la gestión empresarial, para ello empezaron generalmente contratando "expertos", quienes se dedicaron a preparar los manuales; el resultado: generalmente un fracaso. Entonces accidentalmente se dieron cuenta que los únicos capaces de transmitir conocimientos técnicos eran los propios empresarios populares, por lo que decidieron contratarlos para la elaboración de manuales. El éxito fue sorprendente y ayudó a descubrir verdaderas "escuelas técnicas" entre el sistema de redes del empresariado popular.

Las áreas en que las ONGs realizan sus tareas de asesoría son más o menos uniformes entre todas las organizaciones: administración de créditos, comercialización, contabilidad y diversas técnicas de fabricación especializadas.

LAS ONGs Y LA CAPACITACION.

Las ONGs, ya lo adelantamos, capacitan a sus beneficiarios en la utilización correcta del beneficio que brindan (crédito, bienes de capital, información comercial, etc.), lo que permite garantizar el mejor aprovechamiento de la ayuda diversa que reciben los empresarios populares. Aparte de la anécdota ya expuesta sobre la elaboración de manuales, las ONGs han encontrado que los empresarios populares son excelentes maestros en el área técnica, por lo que en muchos casos promueven el dictado de cursillos a cargo de ellos mismos.

Un aspecto importante de los métodos de capacitación desarrollados por las ONGs es que son producto de la experiencia, de sucesivos éxitos y fracasos, lo que resulta una verdadera fuente de conocimientos confiables que continúan aumentando y sistematizándose.

En cuanto a la promoción empresarial, algunas ONGs salen en busca de los futuros empresarios, sobre todo los jóvenes recién egresados de la educación secundaria o de los últimos años de esta, con la finalidad de prepararlos para que logren enfrentar con éxito la necesidad de crear su propia fuente de ingresos.

PERSPECTIVAS DE LAS ONGs

Nadie puede dudar del importante papel que han cumplido, y aún vienen cumpliendo, las ONGs en el proceso de desarrollo y consolidación del empresariado popular. Sin embargo, frente al futuro, las ONGs deben plantearse dos problemas cruciales: ¿hasta dónde crecer?; y ¿hasta dónde ayudar?, ambas cuestiones tienen que ver con la disyuntiva: ¿paternalismo o promoción?.

El problema del tamaño de las ONGs hace reflexionar sobre las consecuencias de un crecimiento exorbitante; probablemente podamos visualizar gigantescos órganos administradores de redes de microempresarios o de consorcios de éstos, o quizás una nueva forma de organización financiera.

En lo que respecta al problema de los límites de los programas de ayuda desarrollados por las ONGs encontramos que el efecto de una práctica paternalista anula toda iniciativa y genera trabajadores apáticos y con mentalidad dependiente. Por ello, una observación importante que llegó hasta nosotros proveniente de directores de ONGs, es que se debe buscar un equilibrio entre la magnitud del apoyo y el esfuerzo que debe requerir obtenerlo y sostenerlo. Las ONGs no deben sólo facilitar las cosas, sino que además deben asegurar la

motivación suficiente para crear y crecer empresarialmente.

EL ESTADO Y
EL EMPRESARIADO POPULAR

La magnitud alcanzada por el empresariado popular, hace que el Estado se vea obligado a considerar al sector dentro de su política de desarrollo. Para ello despliega esfuerzos de apoyo a los microempresarios, de reducción de trámites, asesoría especializada y otros diversos. Pero el balance del esfuerzo estatal es negativo, y refleja por una parte el entusiasmo de muchos funcionarios públicos, y por otra la frustración de no poder concretar los planes por ausencia de recursos.

Reunidos en un mismo recinto representantes del empresariado popular, de las ONGs vinculadas a él y del Estado, se pone en evidencia la gran distancia que existe entre la percepción de los primeros con respecto a los funcionarios públicos. Estos realizan sus diagnósticos y hacen sus propuestas en niveles muy abstractos y lejanos a la realidad. Constatamos que los funcionarios del INP, por ejemplo, no pueden concebir el empresariado popular fuera de la dinámica que imponen las grandes empresas, desestimando casi por completo el fenómeno de creciente organización que experimenta el sector.

Por otro lado, programas como "PRODAME" (Programa de Autoempleo y Microempresas) del Ministerio de Trabajo y Promoción Social, o como los que pone en práctica el Ministerio de Industria, Comercio, Turismo e Integración, para reducir los trámites de formalización de microempresas industriales y comerciales, no son sino buenas intenciones que no llegan a tener los resultados esperados.

El sector exige apoyo del Estado, presiona por acceder al crédito, beneficiarse de los servicios públicos, obtener garantías para realizar sus actividades.

CONCLUSIONES

Los dirigentes del empresariado popular, luego de intercambiar ideas con intelectuales, representantes de las ONGs y del Estado, realizaron un esfuerzo de trabajo en grupo, para definir por áreas la problemática del sector:

a) Legalidad

En este grupo consideran en primer término la necesidad de aprobar y poner en vigencia dos importantes leyes: la ley de la microempresa industrial y la ley de comercio ambulante. Así mismo, reclaman profundizar la simplificación administrativa, reglamentar la llamada "licencia múltiple" y legislar sobre empresas artesanales y asociaciones de microempresarios.

b) Crédito

A pesar de los esfuerzos de las ONGs y las organizaciones de empresarios populares, éstos aún se sienten desinformados con respecto a las líneas de crédito existentes. Por tal motivo creen necesario establecer un sistema de información que les permita conocer en forma oportuna la existencia de dichas líneas de crédito.

Los empresarios populares están interesados en que los trámites de acceso al crédito se simplifiquen y dejen de ser tan engorrosos, igualmente exigen intereses más bajos contra el otorgamiento de créditos.

En lo que respecta a la política general de orientación del crédito, sugieren que ésta se oriente mayormente al sector productivo de la economía.

c) Comunicación

Los representantes del empresariado popular creen

necesario editar un directorio nacional de microempresas, difundir las actividades y logros del sector a través de medios de comunicación propios o ajenos y, por último, crear conciencia sobre la importancia del sector a través de la prensa.

d) Comercialización

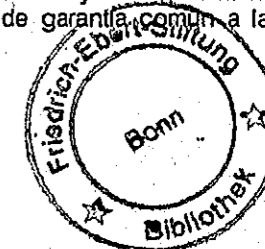
Es interesante la propuesta de creación de un "Instituto de Investigación de Mercados" a nivel de microempresas, como de un banco de datos que sistematice la información relativa al sector.

e) Infraestructura

Los esfuerzos de las organizaciones de pequeños empresarios industriales y comerciales, y del empresariado popular en general, se han orientado de modo importante a la creación de espacios especiales para el ejercicio de sus actividades económicas. Ello se persigue generalmente con la organización y acondicionamiento de parques industriales y galerías comerciales, por lo que los empresarios populares requieren el apoyo del Estado para estos fines.

f) Otros

Los empresarios populares exigen participar en la gestión de la banca de fomento y tienen en mente la creación de un fondo de garantía común a las organizaciones.



Notas

1. Se entiende por "Sector Moderno de la Economía", aquél constituido por las empresas que utilizan tecnología avanzada en sus actividades.
2. Se refiere a que el Estado, con su burocracia, ha obstaculizado todo impulso creador, poniendo trabas excesivas para autorizar la realización de actividades productivas. El concepto de "marginalidad" tiene relación con esta apreciación, porque surge de la distancia creada entre lo oficial y las actividades que se realizan al margen, sea por decisión de los propios agentes (debido a las trabas y exigencias) o por la falta de interés del Estado mismo.
3. Muchas micro-empresas están formalizadas, sin embargo, se constata que no pierden identidad con respecto al sector al que originalmente pertenecieron (por lo general el sector informal).
4. En lo sucesivo, aquí utilizaremos la denominación "empresariado popular" (EP) para referirnos a ese grueso de la fuerza laboral que realiza actividades al margen del control oficial o cuya actividad empresarial se impulsó a partir de ese sector, incluyendo al conjunto de microempresarios "formales".
5. Tal apreciación ya fue hecha por José Matos Mar, en "Desborde popular y crisis del Estado".
6. Sin embargo, el ILD, por ejemplo, ha contemplado el aspecto del costo que resulta del hecho de ser informal, el cual también es excesivo si se mide por sus desventajas.
7. El tamaño de las empresas, aunque se piense que influye en las posibilidades de manejo, no necesariamente garantiza mayor eficiencia gerencial cuando son pequeñas, por lo que vale aclarar que con la expresión flexibilidad hacemos referencia únicamente a su capacidad de adaptación a circunstancias adversas.
8. El sistema de redes se constituye por un conjunto de canales de comunicación entre empresarios ligados por lazos de parentesco o paisanaje, como también por coincidir en similares actividades económicas. De todas maneras, a pesar de que se habla mucho de las redes, hay que tener cuidado con la relevancia que se les otorgue en el contexto del desarrollo del empresariado popular.