

**Caracterización de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Turístico y Artesanal, atendidas por el Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa de la zona norte de Ahuachapán y Santa Ana**

**Rocío Estéfani Portillo de Reyes<sup>1</sup>**

**Ada Roxana Torres de Acevedo<sup>2</sup>**

Docentes investigadoras, Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

**Fecha de recepción:** 19-12-2018 / **Fecha de aceptación:** 03-02-2019

---

**Resumen**

Desde el año 2010, la Universidad Católica de El Salvador de Santa Ana, en una alianza pública privada con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa han implementado en el departamento de Santa Ana uno de los Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa; mediante el cual se brinda una serie de servicios orientados a fortalecer el desarrollo empresarial.

Es así que en los últimos años se ha visto un crecimiento económico en los diferentes sectores y, particularmente en el sector turístico. En ese sentido, el presente artículo desarrolla una caracterización de las empresas del área turística y artesanal atendidas por estas entidades, con la finalidad de utilizar dicha información para una atención más pertinente a las mismas.

**Palabras clave:** Empresas, desarrollo empresarial, turismo, artesanías.

**Abstract**

Since 2010, Universidad Católica de El Salvador, Santa Ana, in a private public alliance with the National Commission of Micro and Small Enterprises, has implemented one of the Micro and Small Business Development Centers in the department; in which it is offered a series of services aimed to strengthen business development.

Thus, in recent years there has been an economic growth in different sectors and, particularly in the touristic sector. In this sense, the present article develops a characterization of the companies of the touristic and artisanal area attended by these entities, with the purpose of using said information for a more pertinent attention to them.

**Key words:** Companies, business development, tourism, crafts.

---

1. Maestra en Asesoría Educativa; email: rocio.portillo1@catolica.edu.sv

2. Maestra en Asesoría Educativa; email: ada.torres@catolica.edu.sv

## 1. Introducción

En El Salvador, según datos del Banco Central de Reserva en su informe Macroeconómico de Febrero del 2017, “la economía salvadoreña mantiene su buen desempeño económico, creciendo por arriba de sus promedios históricos, pues el cierre de 2016 reportó un crecimiento de 2.4%, mientras que para el año 2017 se prevé una tasa de 2.3%”.

Esto es con base a la economía en general, pero si se analizan los datos del crecimiento en el área de Comercio, Restaurantes y Hoteles, la economía lo hizo a una tasa de 2.3%. Estadísticas indican un crecimiento, pero aun así no son lo suficientemente importantes para mejorar la economía de manera sostenida y aportar al desarrollo del país. Lo anterior comparado con los principales sectores económicos a los que se dedican las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES)<sup>3</sup>, que indican que el comercio influye en un 51.80% y los servicios en un 32.26% (Encuesta Dinámica de las MYPES, 2017); que son los principales en los cuales las empresas de Turismo ofrecen sus servicios y productos, ya sean en el área de hotelería, transporte turístico o en la elaboración de productos artesanales (dulces típicos, tejidos en añil u otros derivados).

En El Salvador, día a día los empresarios de las Micro y Pequeñas empresas se esfuerzan por crecer. Dentro de este sector que representa el 60.76% del total de empresas salvadoreñas

hasta el año 2017 con 317,795 empresas a nivel nacional, solo el 6.6% de las empresas pertenecen al departamento de Santa Ana; y 7.4% al departamento de Ahuachapán (Encuesta Dinámica de las MYPES, 2017).

El Salvador fue un país pionero en implementar el modelo de los Small Business Development Center (por sus siglas en inglés, SBDC) en Centroamérica; y colabora con otros países de la región para que incorporen esta buena práctica dentro de sus políticas hacia las micros y pequeñas empresas. Actualmente existen aproximadamente 30 centros de desarrollo en Centro América que están apoyando a los empresarios con diversos servicios.

Una caracterización de estas empresas, particularmente del sector turístico y artesanal, permite definir el tipo de empresa que es, ya sea emprendedor, micro o pequeña empresa; quiénes son los que dirigen las empresas en cuanto al género, nivel de educación, ya sea de los dueños, administradores o empleados; el sector económico en el cuál desarrollan sus actividades; qué necesidades de servicios de parte del Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE)<sup>4</sup> poseen, y qué tipo de servicios son los que más se demandan del centro para identificar áreas de crecimiento en relación al empresario y puntos de interés para los asesores del CDMYPE.

Los sectores estratégicos que se atienden en el CDMYPE son dos establecidos por el Mi-

3. Dentro del documento; las autoras también se referirán a este término mediante su acrónimo.

4. Dentro del documento; las autoras también se referirán a este término mediante su acrónimo.

nisterio de Economía a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)<sup>5</sup> :

- **Sectores con potencial en el extranjero:** Textil y confección, química farmacéutica y cosmética natural, alimentos y bebidas, plásticos y aeronáutica.
- **Sectores con potencial de crecimiento y diversificación productiva:** Calzado, artesanías, industria informática, agroindustria, servicios logísticos y turismo.

En este caso, se promueve la vinculación de los sectores de turismo y artesanías, entendiendo por el primero a las empresas que ofrecen servicios de alojamiento y transporte; y de artesanías, a las que utilizan elementos autóctonos de una determinada región para elaborar un producto ya sea gastronómico, de bisutería, de manufactura e impulsar el desarrollo armónico de las economías locales; promoviendo la equidad, la generación de empleos y la creatividad local. Al mismo tiempo, la difusión de los valores patrimoniales y su aprovechamiento económico, social y cultural para beneficiar a sus creadores, promotores y comercializadores.

La política de turismo y artesanías es un instrumento para establecer estrategias y líneas de acción como base para la formulación de planes intersectoriales que aprovechen la oportunidad del impulso creativo, que provoca la promoción conjunta del turismo (alojamiento y turismo) y las artesanías (artesanías textiles,

confección de calzado y agroindustria alimentaria) salvadoreñas de la zona norte de Ahuachapán y Santa Ana.

De ahí que se impulsen y potencien los destinos turísticos, especialmente los que se encuentran incluidos en los 53 circuitos turísticos con los que cuenta El Salvador. Partiendo de los resultados de la encuesta “Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017” se pudo determinar elementos que ayudan a caracterizar a las Pequeñas y Medianas Empresas Salvadoreñas (PYMES)<sup>6</sup>, definiendo mejor los aspectos para esta investigación.

### **Importancia del sector turístico y artesanal en la zona occidental**

La sinergia entre los sectores de turismo y artesanías impulsa las economías locales, promueve la equidad, genera empleo, desarrolla la confianza y cohesión social; potencia la creatividad y contribuye a difundir la historia; valores patrimoniales, conocimiento y cultura del país. También, promueve la expresión de individuos y comunidades para ser capaces de la transformar, y regenerar espacios urbanos para el disfrute de los pobladores y visitantes.

El sector artesanal implica el desarrollo creativo, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades que encuentran en los turistas a un público interesado en disponer de un objeto que encarne el recuerdo del viaje, con elementos de la identidad del territorio visitado.

5. Dentro del documento; las autoras también se referirán a este término mediante su acrónimo.

6. Dentro del documento; las autoras también se referirán a este término mediante su acrónimo.

Este binomio se concibe con una doble naturaleza:

- Económica: al generar riqueza, empleo, bienes patrimoniales y consumidores.
- Cultural: al fortalecer los valores e identidades locales, propiciar la creatividad, la innovación y la recreación.

### **Tipo de turismo en la zona occidental**

En el occidente de El Salvador se cuenta con riquezas históricas, culturales, arqueológicas, gastronómicas y ecológicas naturales que hacen que los departamentos de Santa Ana y Ahuachapán sean destinos muy atractivos para turistas nacionales e internacionales. Estos lugares propician que se puedan realizar diversidad de actividades: turismo de aventura, gastronómico, histórico cultural, religioso, místico, ecológico, extremo, entre otros.

Tradicionalmente, en Santa Ana se producen distintas artesanías relacionadas al uso cotidiano o popular (alfarería, la hojalatería, la carpintería, entre otros elementos). Otro municipio en el que es muy común la creación de elementos artesanales es Chalchuapa, por los trabajos de obrajería del añil y artículos propios de la cultura maya que predominó en esta zona. En el departamento de Ahuachapán se trabaja mucho la alfarería, la elaboración de instrumentos musicales de cuerda y la cestería tradicional.

El turismo se considera una de las actividades más dinámicas e influyentes a nivel mundial por los impactos que genera en la economía, la educación, la inclusión social, el medio am-

biente, los derechos humanos; la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen de los países ante el mundo. La significación de impulsar proyectos y programas vinculados a la actividad turística para las instituciones de gobierno, las organizaciones civiles y los actores locales se vincula con su capacidad para impulsar el desarrollo sostenible del país.

### **2. Metodología**

La investigación fue de tipo exploratoria. Como primer paso se revisó la información e indicadores de las empresas del sector turístico y artesanal de la zona occidental del país, mediante los informes de CONAMYPE, del Banco Central de Reserva, Ley de Turismo, Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)<sup>7</sup>, Revista Estrategia y Negocios, entre otros.

Luego se sondeó con los asesores del CDMYPE, respecto a las empresas y empresarios que fueron atendidos durante el año 2017, y que se encontraban en la base de datos de CONAMYPE. Asimismo, se contó con la colaboración de estudiantes de la carrera de Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico y de Asesores del CDMYPE para visitar las empresas mapeadas, y así entrevistar a los empresarios.

La población de estudio fue de 73 empresas atendidas durante el año 2017 por los asesores del CDMYPE de la Universidad Católica de El Salvador. De la población total, se tomó una muestra de 22 empresas en Santa Ana y Ahuachapán; esto debido a ciertos factores: Del total

7. Dentro del documento; las autoras también se referirán a este término mediante su acrónimo.

de empresas, a 26 de ellas no se les pudo ubicar por ningún medio; 24 dejaron de funcionar o se cambiaron a otro sector y 1 empresa no contaba con ningún contacto de ubicación, ya que nunca se le proporcionó al Centro.

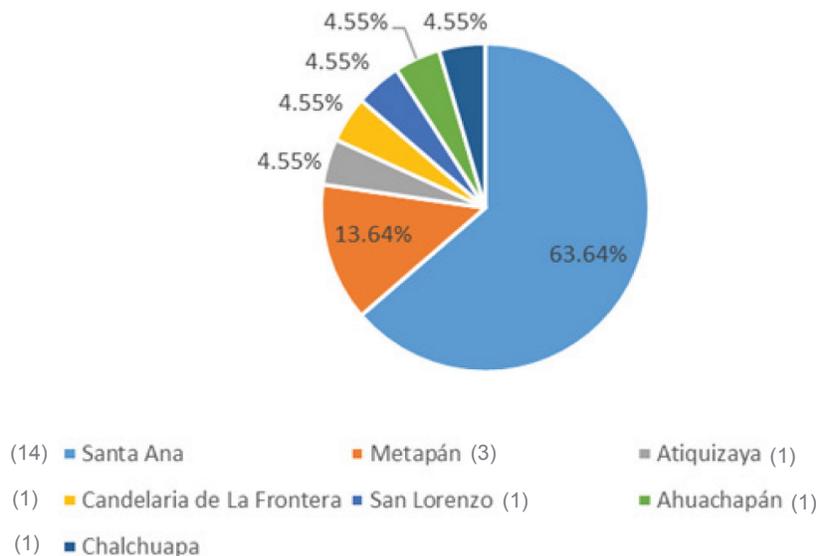
Finalmente, se caracterizó a las empresas del sector turismo y artesanal atendidos por CDMYPE Santa Ana; y se definieron las áreas en las que éstas empresas demandan más asesoría y asistencia técnica.

### 3. Resultados

Del total de las empresas entrevistadas, el 90.91% corresponden al segmento de micro empresa y 9.09% al sector de pequeña empresa. La mayoría de estas microempresas llenan requisitos mínimos para entrar en esa categoría, pero generan un amplio aporte al desarrollo en sus comunidades. Es importante clasificar a las empresas entre micro y pequeñas, pues los problemas que poseen son sumamente distintos, y a veces radicalmente opuestos.

En cuanto al género, el 59.09% de la empresa es dirigida por mujeres, frente a un 40.91% que son administradas por hombres. Esto evidencia la importancia que tiene la mujer en el ámbito empresarial y en el manejo de las empresas. En algunos sectores de la economía del país aún no es bien visto que una mujer dirija una empresa o la administre; sin embargo, las mujeres están tomando un rol de participación activa y abriendo muchas oportunidades para demostrar sus habilidades y conocimiento (ver figura 1).

Como se puede observar, el 63.64% de las empresas atendidas por el CDMYPE-UNICAES se encuentran localizadas principalmente en el municipio de Santa Ana, seguido de un 13% por el municipio de Metapán, y el resto, se encuentran en los municipios Candelaria de la Frontera, Chalchuapa, San Lorenzo, Atiquizaya y Ahuachapán. Estas cifras indican una gran incidencia en los servicios que se ofrecen por parte del CDMYPE, pero también la poca asistencia que se les brinda a los otros municipios.



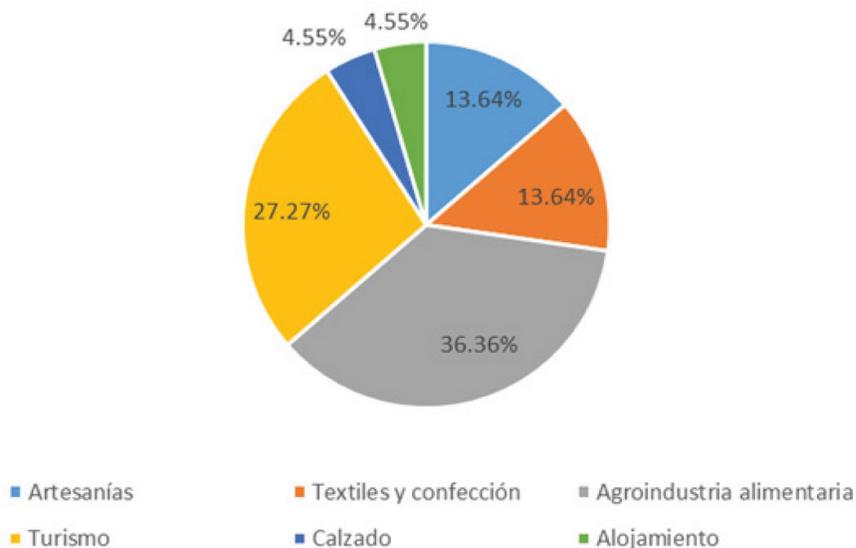
**Figura 1.** Municipio al que pertenecen las empresas.

Otro aspecto muy importante es que los municipios que tienen mayor porcentaje son aquellos en los que la Universidad tiene mayor presencia de estudiantes y alianzas con estas empresas, en cuanto a actividades educativas-académicas-empresariales. Es evidente que el trabajo se desarrolla en municipios con potencial turístico (parte artesanal de Chalchuapa, Santa Ana; y agroindustria de San Lorenzo, Ahuachapán), los cuales son tomados como referentes (ver figura 2).

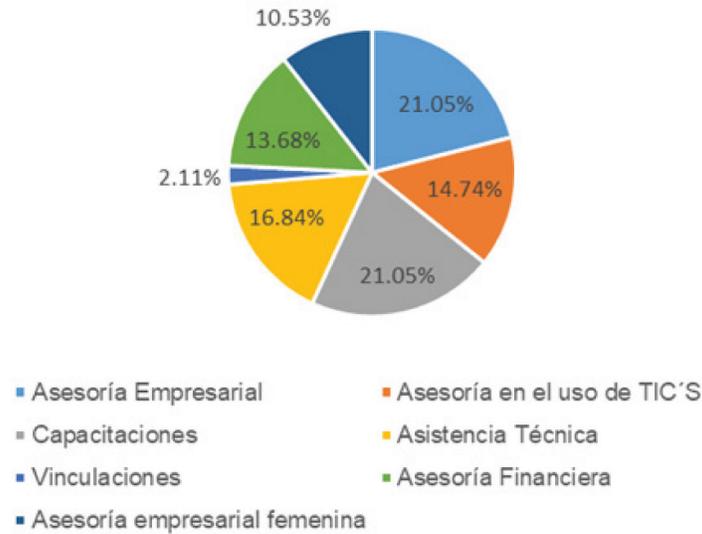
Al identificar los diferentes sectores atendidos por CDMYPE se ha determinado que el sector agroindustria es el que posee mayor demanda (36.36%). No obstante, los sectores de turismo (27.27%) y artesanías (13.64%), significan más del 40% de las empresas atendidas en conjunto. Esto evidencia una estrecha relación de ambos sectores en cuanto al desarrollo local.

En cuanto a los servicios brindados, el 42.1% corresponde a asesoría empresarial y a capacitaciones. El resto del porcentaje se distribuye de forma equilibrada entre los otros servicios. Es importante notar que la asesoría empresarial femenina es muy baja (2.11%), posiblemente vinculado a la poca oferta o demanda de la misma (ver figura 3).

El CDMYPE-UNICAES Santa Ana cuenta con una serie de servicios estándar que son ofrecidos al sector empresarial de la zona occidental en donde se tiene incidencia. A raíz de esto, las empresas han contado con el apoyo de esta entidad, en cuanto a capacitaciones y asesorías para la mejora de sus actividades empresariales. Además, expresan que han experimentado un crecimiento y mejora gracias al acompañamiento, en donde les aportan nuevas ideas y



**Figura 2.** Sector al cual pertenecen las empresas



**Figura 3.** Servicios brindados por el CDMYPE-UNICAES Santa Ana a las empresas atendidas.

surgen inquietudes para aplicarlas a sus negocios (ver figura 4).

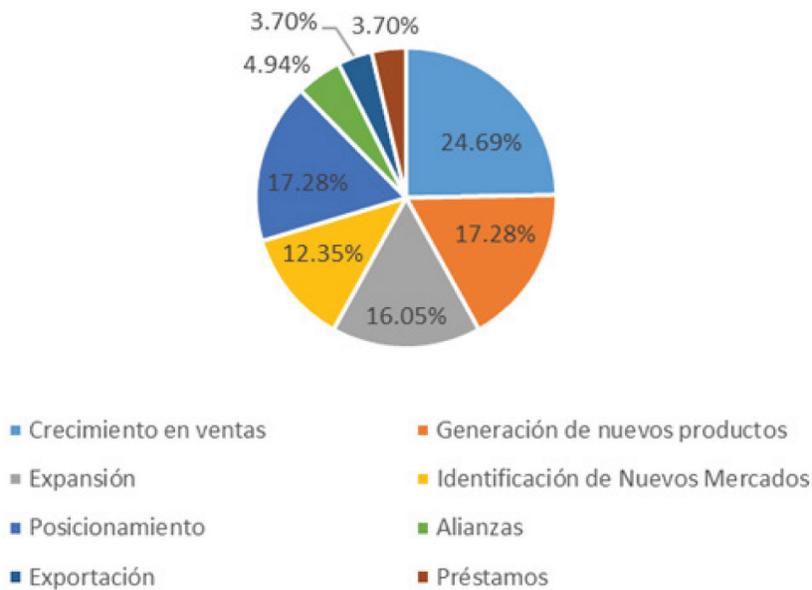
Los empresarios expresaron que los servicios recibidos por parte del CDMYPE -UNICAES han sido útiles para el incremento de las ventas (24.69%), la generación de nuevos productos (17.28%) y el posicionamiento del negocio (17.28%). Otros indicadores que los entrevistados expresaron fueron la expansión (16.05%); identificación de nuevos mercados (12.35%), alianzas (4.94%) y acceso a financiamientos y exportación (7.4%). Estos dos últimos aspectos no tienen mayor relevancia, perdiéndose oportunidades, a pesar de que existen organismos especializados como CoExport, BANDESAL, PROESA que brindan asesorías para las áreas de préstamos y exportación, y que además se encuentran dispuestos a trabajar con las MYPES (ver figura 5).

Al consultar sobre el nivel académico de los empresarios y sus empleados, el 60% posee grados académicos de entre 6° a 9° grado; mientras que el (20.81%) corresponde al nivel de bachillerato. Un 10.41% posee grado académico de Técnico, y solo el 8.14% posee un grado académico de Licenciatura. Este último porcentaje, generalmente, son hijos de los empresarios, quienes están en un determinado puesto estratégico dentro de la misma empresa.

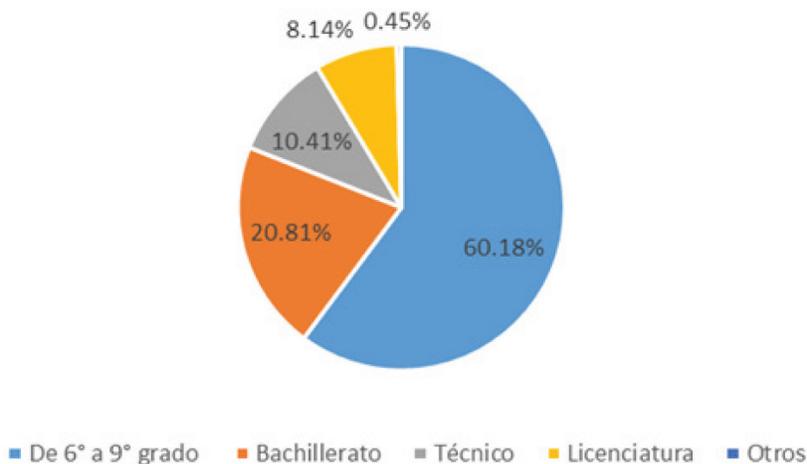
Cabe destacar que se tomaron en cuenta a todos los involucrados dentro de las empresas, ya que en algunas solamente la población laboral estaba constituida solo por dos o tres empleados.

#### 4. Discusión

El sector artesanal está estrechamente vinculado al sector turístico y estos con el desarrollo de la sociedad. Las artes y oficios que se re-



**Figura 4.** Resultados de los servicios recibidos.



**Figura 5.** Nivel académico de los empleados.

montan a épocas antiguas y que hoy en día aún siguen siendo parte de la cultura salvadoreña, aportan ingresos económicos importantes para el desarrollo familiar y local; pero lastimosamente estos sectores -en algunas zonas- no se han impulsado o desarrollado, provocando que la economía se minimice o se estanque en algunas zonas.

Llama poderosamente la atención que la mayor parte de los empresarios del sector turismo y artesanal son mujeres, ubicadas principalmente en los municipios de Santa Ana y Metapán. Estas, además, corresponden al porcentaje de la población de estudio que posee menor grado académico. Estas cifras reflejan que en las zonas de incidencia ha pre-

valecido por muchos años la oportunidad de superación, principalmente para los hombres; y la falta de crecimiento profesional hacia la mujer. No obstante, en la actualidad, son ellas quienes demandan en su mayoría parte de los servicios de asesoría empresarial y capacitaciones en diferentes temas.

La formalización de las MYPES es uno de los principales desafíos a los que se enfrentan, ya que al no estar legalizadas o registradas pierden importantes alianzas con empresas más grandes, a las cuales no pueden venderles productos y/o servicios; disminuyendo con ello las oportunidades de crecimiento, innovación y desarrollo

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2014), las empresas no conocen los incentivos fiscales a los cuales pueden optar si éstas se formalizan. Por ejemplo, en el Registro Nacional de Turismo, solamente se encuentran registradas 240 empresas legales; y de estas, solamente 25 pertenecen a la zona occidental. (Ministerio de Turismo, 2018).

Es necesario que CDMYPE aborde el tema de cómo las empresas utilizan la tecnología, ya que en un mundo tan digitalizado y en el que la información está al alcance de la mano, no se pueden mantener comunicaciones arcaicas o pasadas. Esta entidad debe ofrecer servicios en los cuales incluya los procesos digitalizados, tanto para los empresarios como para los usuarios. En el caso de los aduanales para exportaciones, al incluir la tecnología en las

empresas, se podrían abrir nuevos mercados a nivel nacional como internacional que conllevarían a la expansión.

También se debe trabajar en la parte del acceso a créditos, los cuales brinden garantías que puedan ser sostenidas por los empresarios en el largo plazo, y cuyo impacto se vea reflejado en la mejora de sus empresas. Además de los servicios de asesorías y capacitaciones estándar que se ofrecen, las empresas consideran de vital importancia las capacitaciones sobre motivación personal y servicio al cliente. Asimismo, consideran necesaria la ampliación de la conexión turística y el establecimiento de alianzas con otros sectores, que no necesariamente sean turísticos, para ampliar su mercado y volverse más competitivos.

### **Aspectos de mejora**

Los datos obtenidos de las entrevistas ayudan a definir otras áreas de acción, en las cuales pueden ser punto de partida para futuras capacitaciones, según el sector al cual pertenecen las empresas. Respecto a esto, los empresarios muestran gran interés por mejorar algunas áreas de sus negocios (ver figura 6).

La globalización ofrece oportunidades para lograr negocios con las sociedades desarrolladas, ya que éstas están volviendo su mirada a productos y/o servicios de calidad, originalidad y diversidad. En consecuencia, están demandando con más intensidad que los productos artesanales y los servicios vengán a complementar

aquellas necesidades que conllevan otros valores, además de los puramente utilitarios.

CDMYPE-UNICAES Santa Ana debe tomar en cuenta las características propias de los empresarios, para que a la hora de asignar o desarrollar las asistencias técnicas, se definan las áreas en la que estos tienen mayor deficiencia; y de esta manera fortalecerlas, logrando un mayor crecimiento de las empresas. Además, se puede trabajar de la mano con la Facultad de Ciencias

Empresariales y con los docentes especialistas, a fin de crear proyectos que vinculen al egresado con el mundo laboral.

En conclusión, las empresas tienen un gran potencial de crecimiento dentro de su rubro. Estas se sienten satisfechas del servicio de asesoría y capacitación que obtienen de CDMYPE, porque fortalecen sus empresas se vuelven más competitivos tanto a nivel local como internacional.

<b>Área de acción</b>	<b>Beneficio a obtener según el empresario</b>
<b>Capacitación en teñido de añil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos mercados</li> <li>• Posibilidad de exportación</li> </ul>
<b>Asesorías para aplicar a Programas de Capital Semilla</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtención de beneficios económicos o alianzas con otros sectores.</li> <li>• Inclusión de personas de la tercera edad.</li> </ul>
<b>Motivación personal: talleres de liderazgo, gestión de personal y de recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoramiento de las relaciones entre empleados y dueños,</li> <li>• Mejor administración del personal.</li> </ul>
<b>Administración financiera y contable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor cotización de productos</li> <li>• Mano de obra calificada</li> <li>• Sueldos justos</li> </ul>
<b>Ferias nacionales y vinculaciones con ferias internacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor vinculación con otros tipos de mercado.</li> </ul>

**Figura 6.** Áreas en donde se solicitan mejoras dentro de las empresas.

## 5. Referencias

- Banco Central de Reserva de El Salvador (2018). *Estadísticas monetarias y Financieras armonizadas*. Recuperado de: <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/620911962.pdf>
- Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (2016). Informe CDMYPE- UNICAES
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2005). *Dinámica de las MYPE en El Salvador*: Bases para la toma de decisiones, El Salvador.
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2014). *Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa*. El Salvador. Dirección General de Estadística y Censos (2017). *Encuesta Dinámica de la Micro y Pequeña Empresa*. Análisis y Propuestas para su fomento, Protección y desarrollo. Ciudad Delgado, El Salvador.
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2017). *Encuesta Nacional de la micro y pequeña empresa*. Editorial CONAMYPE, Unidad de Comunicaciones. San Salvador, El Salvador.
- Estrategia y negocios.net (19 de mayo de 2015). El Salvador: 99% de mype generan 35% del PIB. *Revista Digital de Economía y Negocios*. Recuperado de: <http://www.estrategiaynegocios.net/finanzas/841666-330/el-salvador-99-de-mype-generan-35-del-pib>
- Ministerio de Turismo de El Salvador (2017). *Registro Nacional de Turismo*. Recuperado de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/35/documents/49325/download>
- Organización Internacional del Trabajo (2014). *Políticas para la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.