

Caso de Estudio

Transmisión intergeneracional de valores en microempresas artesanales: El caso de La palma, Chalatenango

Intergenerational transmission of values in artisan microenterprises: The case of La Palma, Chalatenango

DOI: <https://doi.org/10.51378/reuca.vi22.10828>

Fecha de recepción: 20 octubre de 2025

Fecha de aceptación: 21 de noviembre de 2025

Ernesto Alonso Pacheco Cruz

Director de la Licenciatura en Administración de Empresas

Departamento de Administración de Empresas
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador

epacheco@uca.edu.sv

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-5774-8691>

Marlon Edgardo Carranza Zelaya

Director del Doctorado y Maestría en Ciencias Sociales

Departamento de Sociología y Ciencias Políticas
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador

mcarranza@uca.edu.sv

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3901-814X>

Ana María Gertrudis Mata Parducci

Coordinadora de Memoria Histórica

Instituto de Derechos Humanos de la UCA (Idhuca)
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador

amata@uca.edu.sv

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8193-1434>

Federico Daniel Alegría Gómez

Asistente de investigación

Departamento de Sociología y Ciencias Políticas
Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
El Salvador

falegría@uca.edu.sv

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5913-2011>



Resumen

Este artículo explora los procesos de transmisión intergeneracional de valores en microempresas artesanales familiares del municipio de La Palma, Chalatenango. La investigación posee un diseño cualitativo y descriptivo, combinando enfoques fenomenológicos y narrativos. A través de un estudio cualitativo basado en entrevistas semiestructuradas, se analiza cómo los principios familiares, valores culturales y creencias sociales se transmiten entre generaciones, configurando tanto la identidad empresarial como el tejido sociocultural del municipio. Los hallazgos revelan que la transmisión de valores va más allá de la simple enseñanza de técnicas artesanales, constituyéndose en un proceso complejo, donde se entrelazan la socialización familiar, la práctica artesanal cotidiana y la construcción de identidad comunitaria.

Palabras clave: empresas familiares, transmisión cultural, valores culturales, artesanía, patrimonio cultural inmaterial, identidad cultural, relaciones intergeneracionales.

Abstract

The paper explores the processes of intergenerational transmission of values in family-owned artisanal microenterprises in the municipality of La Palma, Chalatenango, El Salvador. The research has a qualitative and descriptive design, combining phenomenological and narrative approaches. Through a qualitative study based on semi-structured interviews, it analyzes how family principles, cultural values, and social beliefs are transmitted across generations, shaping both the business identity and the sociocultural fabric of the municipality. The findings reveal that the transmission of values goes beyond the mere teaching of artisanal techniques, becoming a complex process in which family socialization, everyday artisanal practice, and the construction of community identity are deeply intertwined.

Keywords: family businesses, cultural transmission, cultural values, handicrafts, intangible cultural heritage, cultural identity, intergenerational relations.

1. Introducción

Las microempresas representan uno de los sectores más importantes de la economía salvadoreña. Según datos de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa [CONAMYPE] (2017), aproximadamente el 60.76 % de las unidades económicas del país son microempresas, generando empleo para más del 16 % de la Población Económicamente Activa. Sin embargo, el análisis de este sector se ha centrado predominantemente en aspectos económicos y productivos, dejando de lado dimensiones sociales y culturales, que son igualmente relevantes.

Este artículo propone una mirada diferente: entender a las microempresas no solo como unidades económicas, sino como espacios donde se producen, reproducen y transmiten valores, prácticas culturales y conocimientos, los cuales contribuyen a la construcción del tejido social. Particularmente, nos enfocamos en las microempresas artesanales familiares de La Palma, Chalatenango, un

municipio que desde la década de 1970 ha desarrollado una identidad cultural fuertemente vinculada a la producción artesanal.

La pregunta central que guía este trabajo es: ¿cuáles son los procesos de transmisión intergeneracional de principios familiares, valores culturales y creencias sociales en las microempresas de producción artesanal de carácter familiar? Para responderla, partimos del supuesto de que las acciones comerciales de las microempresas no son simplemente económicas, sino que son, sobre todo, acciones sociales, cuyo impacto trasciende lo estrictamente productivo.

1.1 Contexto: La Palma como espacio artesanal

La Palma es un municipio ubicado en el departamento de Chalatenango, aproximadamente a 80 kilómetros al norte de San Salvador. Históricamente caracterizado por su actividad agropecuaria, experimentó una transformación

radical en los años 70, con la llegada del artista Fernando Llorca, quien fundó en 1977 la cooperativa "La Semilla de Dios". Este evento marcó el inicio de un movimiento artístico-artesanal, que ha perdurado por casi cinco décadas.

Actualmente, según información del Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART), el municipio cuenta con aproximadamente 250 empresas artesanales registradas, en las que participan cerca de 1,200 personas. Estas microempresas, muchas de carácter familiar, han convertido a La Palma en un referente nacional e internacional de producción artesanal, desarrollando un estilo iconográfico distintivo, que forma parte de la identidad cultural salvadoreña.

2. Marco teórico

2.1 Empresas familiares y transmisión de valores

Las empresas familiares constituyen una forma organizacional donde se entrelazan dos sistemas: la familia y el negocio. Esta intersección genera dinámicas particulares en cuanto a la transmisión de conocimientos, prácticas y valores. Astrachan y Shanker (2003) señalan que las empresas familiares son una fuente importante de empleo y riqueza en todo el mundo, y pueden ser más sostenibles y resistentes a las crisis que las empresas no familiares, precisamente porque los valores y principios familiares pueden ser una fuerza motivadora para el éxito empresarial.

Sin embargo, como advierte Lansberg (1999), los valores y principios familiares pueden entrar en conflicto con las necesidades del negocio, lo que dificulta la toma de decisiones objetivas. Por tanto, encontrar un equilibrio entre las creencias personales y las necesidades comerciales resulta fundamental para la sostenibilidad de estas empresas.

La identidad de la empresa familiar se considera frecuentemente una extensión del fundador individual que crea el negocio (Dyer y Whetten, 2006). Los valores son establecidos por los miembros fundadores, y se espera que las generaciones posteriores respeten las tradiciones y valores básicos establecidos al gestionar el negocio (Hall *et al.*, 2001).

2.2 Mecanismos de transmisión de valores

Sorenson (2014), basándose en la teoría del capital social, explica que las familias establecen valores y culturas comunes a través de procesos de comunicación e intercambio de información. Según este autor, los valores familiares se incorporan al negocio mediante cinco medios principales:

1. Los múltiples miembros de la familia que trabajan en el negocio utilizan valores familiares para guiar su comportamiento empresarial.
2. Los valores familiares se enfatizan en las generaciones venideras.
3. Los valores se institucionalizan con el tiempo en símbolos comunes, rituales, historias y héroes.
4. Los valores familiares se documentan por escrito.
5. Los dueños de última generación permanecen activamente involucrados en la gobernanza empresarial.

El modelado ha sido reconocido como uno de los métodos más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento (Bandura, 1986). En el contexto de las empresas familiares, las interacciones frecuentes y el desarrollo de historias compartidas, símbolos y rituales permiten establecer cimientos de valores compartidos altamente distintivos (Hamilton *et al.*, 2017).

Otros modelos de transmisión de valores que se han identificado:

2.2.1 Teoría del Aprendizaje Social de Bandura

Albert Bandura desarrolló la Teoría del Aprendizaje Social, que explica cómo las personas aprenden nuevos comportamientos observando a otros. Bandura argumentó que el aprendizaje ocurre a través de la observación, la imitación y el modelado, y que la mayor parte del comportamiento humano se aprende observacionalmente mediante el modelado: al observar a otros, se forma una idea de cómo se realizan los nuevos comportamientos.

En 1986, Bandura expandió su teoría, renombrándola como Teoría Cognitiva Social, reconociendo que el

aprendizaje involucra procesos cognitivos, conductuales y ambientales en interacción recíproca (Bandura, 1986). Esta teoría es particularmente relevante para entender la transmisión de valores en empresas familiares, donde los hijos observan diariamente el comportamiento empresarial de sus padres.

2.2.2 Modelo de Dominios de Socialización

Grusec y Davidov (2010) proponen que los procesos de socialización deben verse desde una perspectiva de dominios, donde cada dominio se caracteriza por una forma particular de interacción social entre el objeto y el agente de socialización, con mecanismos y resultados específicos.

Este modelo distingue cinco dominios de socialización familiar: protección, control, aprendizaje guiado, intercambio grupal y educación guiada. En el contexto de microempresas artesanales familiares, estos dominios se entrelazan con las prácticas productivas cotidianas, creando espacios únicos de transmisión de valores.

2.2.3 Mecanismos de transmisión en familias empresarias

Investigaciones recientes identifican ocho mecanismos distintos que facilitan la transmisión de valores empresariales: arraigo relacional (relational embeddedness), aprendizaje vicario (vicarious learning), comunicación explícita, impronta (imprinting), educación, estilos parentales, comunidad-zeitgeist y genética.

El arraigo familiar (family embeddedness) se combina con las metas y atributos de individuos con antecedentes de negocios familiares y facilita la transmisión de valores. Este concepto es crucial para entender cómo las microempresas artesanales de La Palma transmiten no solo técnicas, sino sistemas completos de valores.

2.3 La cultura familiar como sistema

La cultura familiar representa un sistema de creencias, valores y prácticas compartidas que moldean el comportamiento de sus miembros. Aunque muchas personas no consideran a su familia como una cultura, esta manera peculiar de pensar, sentir, juzgar y actuar es precisamente lo que define una cultura (Council on Foundations, s. f.).

Los niños son moldeados, directa o sutilmente, por la cultura familiar en la que nacen. A medida que crecen, sus suposiciones sobre lo correcto e incorrecto reflejan las creencias, valores y tradiciones de su cultura familiar. Incluso aquellos que más tarde rechazan aspectos de la cultura familiar descubren que no pueden liberarse completamente de sus primeras influencias.

Es importante señalar que las culturas familiares no son estáticas. Las familias están en constante transición a medida que cada miembro atraviesa los ciclos de vida y la propia familia evoluciona. Eventos como matrimonios, nacimientos y defunciones alteran profundamente la constelación familiar y modifican su cultura.

3. Metodología

3.1 Diseño de investigación

Este estudio adoptó un diseño cualitativo y descriptivo, combinando enfoques fenomenológicos y narrativos. El enfoque fenomenológico permitió explorar las experiencias compartidas de ser parte de una microempresa familiar artesanal, mientras que el narrativo posibilitó recopilar historias específicas sobre trayectorias individuales y visiones sobre sí mismos y su entorno.

3.2 Participantes y muestra

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a diferentes actores del municipio de La Palma, con un diseño muestral no probabilístico basado en criterios teóricos y metodológicos y utilizando la técnica de bola de nieve, donde se identificó a un referente artesano y se le consultó sobre otros actores cuya entrevista resultaría importante para la investigación. En total, se llevaron a cabo 25 entrevistas distribuidas de la siguiente manera:

- 8 entrevistas con instrumento de capital social
- 6 entrevistas sobre identidad
- 6 entrevistas sobre transmisión de valores
- 5 entrevistas con instrumento integrado (tres dimensiones)

En términos de distribución por género, se realizaron 10 entrevistas a mujeres y 15 a hombres. Los participantes incluyeron:

- Diferentes generaciones de familias microempresarias
- Dueños y dueñas de talleres artesanales
- Trabajadores de microempresas
- Actores clave del municipio (representantes de CEDART, alcaldía)

3.3 Recolección y análisis de datos

La técnica principal fue la entrevista semiestructurada a profundidad, utilizando guías diseñadas específicamente para cada dimensión estudiada. Las entrevistas fueron grabadas con consentimiento informado de los participantes y posteriormente transcritas para su análisis.

El análisis siguió un proceso inductivo, identificando patrones recurrentes en las narrativas de los participantes, particularmente en torno a:

- Procesos de aprendizaje del oficio artesanal
- Valores transmitidos dentro de la familia empresaria
- Mecanismos de socialización en la práctica artesanal
- Tensiones y adaptaciones entre generaciones

3.4 Consideraciones éticas

La investigación siguió los principios éticos del Programa de Investigaciones de la UCA, garantizando:

- Participación voluntaria sin coacción
- Uso responsable de datos y protección de identidad
- Consentimiento informado previo a cada entrevista
- Transparencia sobre objetivos y alcances del estudio

4. Resultados

4.1 El aprendizaje como juego: socialización temprana en el oficio

Uno de los hallazgos más significativos es cómo la transmisión de valores y conocimientos comienza

desde la infancia, en muchos casos incluso antes del nacimiento. Una artesana entrevistada relata: "Como me dice mi mamá: 'Vos ya tenías la práctica, porque como yo pasé todo el embarazo pintando... Incluso, ya cuando te iba a tener, también el último día pinté. Entonces por eso no te costó mucho'" (M. Pérez, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta narrativa ilustra cómo la práctica artesanal no es simplemente un oficio que se aprende formalmente, sino una forma de vida que permea la experiencia familiar desde el inicio. Los niños crecen familiarizados no solo con la creación artística, sino con todos los procesos de producción y distribución.

Para los adultos, la actividad artesanal es una obligación laboral orientada a proveer seguridad para la familia. Para los niños, sin embargo, representa inicialmente un juego que gradualmente se transforma en trabajo:

¿Cuántos años tenías para entonces? "Tenía como doce años, más o menos".

¿Y qué sentías en ese momento? ¿Cuál era tu experiencia? ¿Eras consciente de que era trabajo? "Totalmente. Era divertido. Yo lo tomé como un juego, la verdad. Me parecía bien interesante. [...] necesitaban a alguien que les ayudara a barnizar las piezas. Entonces, así empecé, y luego aprendí" (W. Rivera, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta forma de socialización temprana resulta fundamental para que múltiples generaciones forjen procesos de vinculación identitaria con la producción artesanal. El hogar se convierte en espacio simultáneo de vida familiar y producción económica:

[...] ella puso su taller, comenzando en la casa. Ahí donde vivíamos, en las camas, poníamos el trabajo, porque no teníamos dónde. Teníamos una mesita ahí, en la cama, pues nos poníamos a barnizar y todo. Y en la noche lo quitábamos y a dormir. (S. Mancía, comunicación personal, 24 de enero de 2024)

4.2 Valores transmitidos: entre la tradición y la adaptación

El análisis de las entrevistas permitió identificar diversos valores que se transmiten de generación en generación,

aunque con matices y adaptaciones según el contexto familiar específico.

4.2.1 Valores laborales y profesionales

Los valores más frecuentemente mencionados por los entrevistados, particularmente por hombres identificados como cabeza de familia, incluyen:

- **Responsabilidad:** entendida como cumplir con compromisos adquiridos con clientes y trabajadores.
- **Trabajo duro:** valoración del esfuerzo sostenido y la dedicación.
- **Calidad:** mantenimiento de estándares en los productos elaborados.
- **Puntualidad y eficiencia:** cumplimiento de tiempos de entrega.
- **Respeto:** tanto en relaciones comerciales como interpersonales.

Un artesano de larga trayectoria describe el valor del sacrificio:

[...] la producción, un poco me aflige, cuando hay pedidos bastante [grandes], porque uno se desvela. Preocupa, hay veces, por la familia y hasta por uno. [...] Nosotros también, mucho trabajamos: eran las once de la noche, trabajando; eran las tres de la mañana, y trabajando. Y a las cinco de la mañana, íbamos a agarrar el primer bus que pasaba para San Salvador. O sea, fue un sacrificio. (V. Contreras, comunicación personal, 24 de enero de 2024)

Este mismo artesano añade: "Nosotros éramos una familia humilde, sin posición, una posición económica no muy buena. Pero los sacrificios y la dedicación al trabajo, sí". La narrativa refuerza la idea de que la persona cabeza de hogar asume la responsabilidad de proveer para la familia, siendo el trabajo arduo el medio principal para lograrlo.

4.2.2 Solidaridad y apoyo comunitario

Un valor especialmente destacado por las mujeres artesanas entrevistadas es la solidaridad, expresada como ayuda mutua y apoyo a nuevas generaciones. Una artesana describe: "el valor más fuerte que siento que tratamos es enseñar, enseñar a las personas es ayudar

[dejando] a las personas a que puedan trabajar nuestros pedidos en sus casas [sic]" (E. Perlera, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta misma artesana relata una anécdota significativa sobre un joven talentoso que trabajaba con ella, pero no podía continuar sus estudios por falta de recursos económicos: "Entonces, y yo pensando, le digo yo: 'Mire, (...), yo puedo ver cómo apoyarlo, para que usted logre su sueño, triunfe. Pero, eso sí, usted respondería; porque yo, ahí, yo lo pudiera apoyar'" (E. Perlera, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Este caso ilustra cómo la solidaridad se combina con la expectativa de compromiso y responsabilidad, creando una red de apoyo mutuo, que va más allá de la relación estrictamente laboral.

4.2.3 Innovación y creatividad

La innovación emerge como un valor especialmente importante para las generaciones más jóvenes de artesanos, quienes buscan diferenciarse dentro del estilo palmeño tradicional:

Mis dibujos son un poco diferentes a lo que es La Palma, porque La Palma se quedó en la tradición, en hacer las casas blancas y techos rojos (...). Entonces, yo quería hacer algo diferente. Entonces, comencé a meter más colores, diferentes estilos, ya no la casa como es cuadrada, sino que buscarle diferentes formas. Y, por eso nos hemos caracterizado [el entrevistado], por ser diferentes, usar texturas, rostros, que a mí me encanta hacer rostros. (V. Contreras, comunicación personal, 24 de enero de 2024)

Este valor de innovación no contradice necesariamente la tradición, sino que la reinterpreta creativamente, permitiendo la continuidad del oficio con nuevas expresiones.

4.3 Mecanismos de transmisión: más allá de la enseñanza formal

La transmisión de valores en las microempresas artesanales de La Palma no ocurre principalmente a través de enseñanza formal o instrucción explícita, sino mediante diversos mecanismos informales:

4.3.1 El modelado y la observación

El modelado, reconocido por Bandura (1986) como uno de los métodos más poderosos para transmitir valores y comportamientos, opera constantemente en el contexto de las microempresas familiares. Los niños observan diariamente cómo sus padres y familiares se relacionan con clientes, resuelven problemas de producción, negocian precios y toman decisiones empresariales.

La distribución de roles familiares en el proceso productivo también transmite valores implícitos sobre género, trabajo y responsabilidad: "Sí, mi hermano aprendió a dibujar. Él hacía lo que era el dibujo, nosotros pintábamos y mi mamá barnizaba. Pero luego, cuando eran más pedidos, hubo que emplear más personas" (S. Mancía, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

4.3.2 Rituales familiares y reuniones

Los rituales familiares, particularmente las comidas compartidas, constituyen espacios fundamentales donde se transmiten historias, se discuten decisiones del negocio y se refuerzan valores. Como señala Achtenhagen (2005) citado por Sorenson (2014), las decisiones empresariales han ocurrido frecuentemente durante reuniones familiares, permitiendo a los fundadores infundir valores en la empresa durante estos encuentros.

Estos momentos de convivencia familiar permiten que las generaciones venideras comprendan no solo las técnicas del oficio, sino también los principios éticos y valores que guían las decisiones empresariales.

4.3.3 Historias y narrativas compartidas

Las historias sobre Fernando Llorca y el origen del movimiento artesanal en La Palma circulan entre los artesanos como narrativas fundacionales que transmiten valores específicos:

Él apareció como en los 70s. Ya sus dieciocho, diecinueve años. De hippie venían [sic]. Con un montón de jodidos que... entonces, nos sorprendía a nosotros [sic], en un pueblo [en el] que no estábamos acostumbrados a eso. Salíamos a verlos con caites, pelos largos, con barba. (V. Contreras, comunicación personal, 24 de enero de 2024)

Estas narrativas no solo cuentan la historia del

municipio, sino que transmiten valores asociados con la contracultura, la libertad artística, el compartir conocimiento y la construcción colectiva.

4.4 Tensiones generacionales: cambio y continuidad

La transmisión intergeneracional no es un proceso lineal ni libre de tensiones. Se identificaron varios puntos de fricción entre generaciones:

4.4.1 Educación formal vs. aprendizaje artesanal

Varios artesanos expresaron haber priorizado la educación formal de sus hijos sobre la continuidad en el negocio artesanal: "mi visión siempre fue sacar adelante a mi familia. Siempre pensé en generar los recursos suficientes a través de la venta de mis artesanías, para que mis hijas estudiaran y se prepararan, para que tuvieran un presente y futuro diferente[s]" (O. Jiménez, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta decisión refleja una tensión entre el orgullo por el oficio artesanal y el deseo de mejores oportunidades para las nuevas generaciones. Sin embargo, algunos entrevistados reconocen que esta estrategia ha llevado a que sus descendientes no estén directamente involucrados en el negocio familiar.

Las generaciones más jóvenes muestran mayor conciencia sobre la importancia de combinar educación formal con preservación del oficio:

Es importante inculcar el amor por la producción artesanal para que pueda convertirse en un medio de vida en el caso de que así lo deseen. No obstante, se comparte la visión de que los descendientes se preparen formalmente a través de estudios en campos del saber que pueden estar o no relacionados con la producción artesanal. (O. Jiménez, comunicación personal, 24 de enero de 2024)

4.4.2 Tradición vs. innovación

Existe una tensión creativa entre mantener el estilo tradicional palmeño y desarrollar propuestas artísticas innovadoras. Algunos artesanos, especialmente de generaciones más jóvenes, buscan diferenciarse:

"[...] La Palma se quedó en la tradición, en hacer las casas blancas y techos rojos (...). Entonces, yo quería hacer algo diferente" (V. Contreras, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta tensión no necesariamente debilita la identidad artesanal del municipio; por el contrario, la mantiene viva y dinámica, adaptándose a nuevos mercados y preferencias estéticas.

4.4.3 Valores patriarcales vs. nuevos roles de género

Las entrevistas revelaron diferencias en los valores enfatizados por hombres y mujeres. Mientras los hombres cabeza de familia tendían a enfatizar valores asociados con la provisión económica (trabajo duro, responsabilidad, eficiencia), las mujeres artesanas destacaron valores relacionados con el cuidado y el apoyo comunitario (solidaridad, enseñanza, apoyo a otros).

Esta diferencia sugiere que las nuevas generaciones podrían estar reconfigurando los valores familiares tradicionales, integrando perspectivas más equitativas sobre roles de género en la gestión empresarial.

4.5 Impacto de los valores en la sostenibilidad empresarial

Los valores transmitidos intergeneracionalmente tienen efectos concretos en la sostenibilidad de las microempresas:

4.5.1 Construcción de confianza

Los valores de honestidad, respeto y cumplimiento de compromisos contribuyen a construir relaciones comerciales basadas en confianza, tanto con clientes como con trabajadores. Esta confianza se convierte en capital social que facilita transacciones, reduce costos de supervisión y genera lealtad de clientes: "Lo importante es la confianza. Si tú le das la confianza a la persona, ya hiciste negocio. Pero si no te das confianza con la persona, entonces ¿cómo vas a generar negocios? Difícilmente" (W. Chacón, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

4.5.2 Diferenciación en el mercado

Los valores de calidad e innovación permiten a las microempresas diferenciarse en mercados competitivos. El compromiso con la excelencia artesanal, transmitido generacionalmente, se convierte en una ventaja competitiva reconocida por clientes nacionales e internacionales.

4.5.3 Resiliencia ante crisis

Los valores de trabajo duro, sacrificio y solidaridad familiar han permitido a estas microempresas sobrevivir períodos difíciles, incluyendo la guerra civil, crisis económicas y la pandemia de COVID-19: "La pandemia quedó; tú sabes que la artesanía está a la par del turismo. Y si no había turismo, aquí estaba todo parado. Algunos artesanos evolucionaron, hicieron mascarillas pintadas o bordadas. Otros se volvieron proyectos de comida a domicilio" (M. Castro, comunicación personal, 24 de enero de 2024).

Esta capacidad de adaptación, fundamentada en valores de creatividad e innovación, resulta crucial para la supervivencia empresarial.

5. Discusión

5.1 La identidad cultural como legado familiar y comunitario

Un aspecto central en la transmisión intergeneracional de valores en La Palma radica en cómo la identidad cultural se reproduce a través de la práctica artesanal cotidiana. Para muchos artesanos, la producción artesanal constituye un legado familiar que han heredado de generaciones anteriores y que se apropian de manera creativa. Esto es fundamental: no se trata únicamente de la reproducción mecánica de diseños y técnicas, sino que existe un proceso genuino de exploración y reinterpretación que cada generación realiza sobre lo que ha recibido.

5.2 Capital social intramicroempresarial y transmisión familiar

El modelo de redes sociales que caracteriza a las microempresas artesanales se estructura fundamentalmente alrededor de vínculos familiares fuertes. El núcleo más importante de estas redes está

constituido por relaciones entre madre e hijas, padres e hijos, u otros miembros de la familia que se encargan tanto de la administración económica como de los procesos clave de la producción artesanal, particularmente los acabados finales.

Esta estructura no es casual: representa el mecanismo mediante el cual se transmite el conocimiento especializado, las técnicas refinadas y, más importante aún, los valores asociados a la práctica artesanal de una generación a la siguiente. La confianza que caracteriza estos vínculos fuertes es precisamente lo que permite que se compartan secretos productivos, innovaciones artísticas y la responsabilidad sobre los diseños originales del taller.

5.3 Socialización primaria y valoración de la práctica artesanal

En el estudio que se realizó en La Palma, se encontró que la cultura y la identidad no son asuntos del pasado, sino del día a día de las personas. En este sentido, la transmisión intergeneracional en La Palma opera a través de la "socialización familiar", en la que se transmiten "técnicas y procesos que diferencian a los habitantes del municipio". Esta socialización no es abstracta, sino que ocurre en el contexto concreto del taller, en las interacciones cotidianas entre generaciones que trabajan juntas en la producción artística.

Lo particularmente significativo es que los valores transmitidos van más allá de las habilidades técnicas. Los artesanos transmiten a sus hijos una comprensión de que su trabajo tiene sentido más allá de su retribución económica. Transmiten la idea de que sus trabajos "transmiten mensajes, historias, de ellos y del municipio", la idea de que el arte que producen tiene propósito narrativo y comunicativo. Transmiten valores como "el municipio por la paz" (consigna durante la guerra) y la convicción de que "debe haber un equilibrio entre naturaleza y desarrollo".

5.4 Resiliencia intergeneracional frente a presiones externas

Un hallazgo crucial es que incluso cuando dimensiones del tejido social, como el capital social intramicroempresarial, se debilitan, la transmisión intergeneracional de identidad cultural y valores permite

que la producción artesanal mantenga estabilidad. Los altos valores asignados a la práctica artesanal en la socialización primaria actúan como un amortiguador, que permite que nuevas generaciones se apropien del oficio, no como una carga impuesta, sino como parte de una narrativa familiar y comunitaria significativa.

5.5 La diáspora como evidencia de transmisión intergeneracional exitosa

Un indicador particularmente revelador de la fuerza de esta transmisión intergeneracional es el fenómeno de la diáspora: que aquellos que han emigrado y aquellos que han estado vinculados al municipio "estén en constante comunicación con el municipio y añoren regresar a él, porque es el lugar de donde se sienten pertenecer". Esta conexión emocional y comunitaria es transmitida intergeneracionalmente, incluso a través de la distancia geográfica. Los valores, la identidad y el sentido de pertenencia asociado a La Palma y su producción artesanal trascienden la ausencia física y mantienen vínculos que permiten que la comunidad se reproduzca simbólicamente.

5.6 Implicaciones para la reproducción social

La transmisión intergeneracional de valores en La Palma no es un proceso automático de repetición del pasado, sino un acto continuo de recreación cultural, en el que cada generación se apropia creativamente del legado que recibe. Este proceso, enraizado en relaciones familiares fuertes y prácticas cotidianas compartidas, constituye el mecanismo fundamental mediante el cual se perpetúa tanto la viabilidad económica de las microempresas como la identidad cultural y los valores que las sustentan.

En contextos marcados por presiones de mercado, industrialización y transformaciones socioeconómicas, esta capacidad de transmisión intergeneracional representa una forma de resistencia cultural, que permite que las comunidades mantengan autonomía sobre sus propias narrativas, sus prácticas productivas y su sentido de identidad compartida.

6. Conclusiones

Este estudio ha explorado los procesos de transmisión intergeneracional de valores en microempresas

artesanales familiares de La Palma, Chalatenango, revelando que estos procesos son mucho más complejos y significativos de lo que tradicionalmente se ha reconocido.

La transmisión de valores en microempresas artesanales familiares no es un proceso formal de enseñanza, sino un complejo entramado de socialización temprana, modelado conductual, narrativas compartidas y rituales familiares. Los niños no solo aprenden técnicas artesanales, sino que se socializan en sistemas completos de valores, creencias y prácticas que configuran su identidad personal, familiar y comunitaria.

Los valores transmitidos son diversos e incluyen tanto valores laborales tradicionales (trabajo duro, responsabilidad, calidad) como valores más orientados a lo social (solidaridad, apoyo comunitario, enseñanza). Esta diversidad refleja la dualidad de las microempresas familiares, como instituciones que simultáneamente buscan sostenibilidad económica y fortalecimiento de relaciones familiares y comunitarias.

La transmisión intergeneracional no es un proceso estático de reproducción mecánica, sino un proceso dinámico de reinterpretación y adaptación. Cada generación reelabora los valores heredados en función de nuevos contextos sociales, económicos y culturales. Las tensiones generacionales (educación formal vs. oficio artesanal, tradición vs. innovación) no necesariamente debilitan la identidad empresarial, sino que pueden fortalecerla al hacerla más adaptable.

Los valores transmitidos intergeneracionalmente tienen efectos concretos en la sostenibilidad de las microempresas. Contribuyen a construir capital social (confianza con clientes y trabajadores), facilitan diferenciación en mercados competitivos, y generan resiliencia ante crisis económicas y sociales.

El oficio artesanal juega un rol particular en la transmisión de valores. La naturaleza del trabajo artesanal permite participación temprana de niños, requiere tanto disciplina como creatividad, y está fuertemente vinculado con identidad comunitaria. Estas características hacen que la transmisión del oficio artesanal sea simultáneamente transmisión de valores, técnicas y sentido de pertenencia.

6.1 Implicaciones prácticas

Los hallazgos de este estudio tienen varias implicaciones prácticas:

Para las familias empresarias: reconocer que la transmisión de valores debe ser un proceso consciente e intencional. No basta con que las nuevas generaciones observen; es necesario crear espacios específicos de diálogo donde se expliciten y discutan los valores que guían las decisiones empresariales.

Para políticas públicas: las intervenciones en microempresas familiares no pueden limitarse a capacitaciones técnicas o acceso a financiamiento. Deben reconocer y apoyar los procesos culturales de transmisión intergeneracional, creando condiciones que faciliten la continuidad del oficio, sin forzar a las nuevas generaciones a sacrificar oportunidades de educación formal o desarrollo personal.

Para instituciones educativas: es necesario desarrollar modelos educativos que integren formación académica con preservación de oficios artesanales. Programas técnicos vocacionales que reconozcan el valor del conocimiento artesanal transmitido familiarmente podrían ser vías prometedoras.

Para organizaciones artesanales: las cooperativas y asociaciones de artesanos deben reconocer su rol en la transmisión de valores más allá del núcleo familiar. Pueden convertirse en espacios donde se refuerzan valores de solidaridad, calidad e innovación, complementando la socialización familiar.

6.2 Hacia una comprensión más amplia de las microempresas

Este estudio invita a repensar cómo conceptualizamos y estudiamos las microempresas. El enfoque predominante, que privilegia indicadores económicos (empleo generado, ingresos, productividad), aunque es importante, resulta insuficiente para capturar las múltiples dimensiones del aporte de las microempresas a la sociedad.

Proponemos una comprensión más amplia que reconozca a las microempresas como:

- **Espacios de socialización:** donde niños y jóvenes aprenden no solo oficios, sino valores, actitudes y formas de relacionarse con otros.

- **Instituciones culturales:** que preservan, producen y transmiten conocimientos, técnicas y expresiones culturales.
- **Constructoras de capital social:** que generan redes de confianza, solidaridad y cooperación que trascienden el ámbito estrictamente económico.
- **Generadoras de identidad:** que contribuyen a configurar identidades personales, familiares y comunitarias.

Esta comprensión más amplia no niega la importancia de la dimensión económica de las microempresas. Por el contrario, argumentamos que precisamente porque las microempresas cumplen estas múltiples funciones sociales y culturales, su sostenibilidad económica debe ser una prioridad de política pública.

Las microempresas artesanales de La Palma demuestran que es posible combinar viabilidad económica con preservación cultural, generación de empleo con fortalecimiento de lazos comunitarios, tradición con innovación. Este modelo, aunque enfrentando múltiples desafíos, ofrece lecciones valiosas para pensar estrategias de desarrollo económico, las cuales sean simultáneamente estrategias de fortalecimiento del tejido social.

6.3 Reflexión final: el valor de lo cotidiano

Este estudio comenzó con una pregunta sobre transmisión de valores en microempresas familiares y termina con una reflexión más amplia, acerca del papel de las prácticas cotidianas en la construcción del tejido social.

Las microempresas artesanales de La Palma nos enseñan que lo extraordinario puede encontrarse en lo cotidiano. Una familia que se reúne cada tarde a pintar semillas de copinol no solo está produciendo artesanías; está transmitiendo valores, construyendo identidad, fortaleciendo lazos familiares, preservando conocimientos, generando ingresos y contribuyendo a la construcción del tejido social de su comunidad.

En un país marcado por la violencia, la migración forzada y la fragmentación social, estos espacios de construcción cotidiana del tejido social adquieren un valor incalculable.

No son la solución a todos los problemas estructurales del país, pero sí son parte necesaria de cualquier estrategia de reconstrucción social.

La transmisión intergeneracional de valores en microempresas familiares es, en última instancia, un acto de esperanza: la apuesta de que vale la pena transmitir conocimientos, valores y prácticas a nuevas generaciones; la confianza en que el oficio familiar tiene futuro; la creencia en que el trabajo colectivo puede generar bienestar.

Reconocer, valorar y apoyar estos procesos no es solo una cuestión de política económica o preservación cultural: es reconocer que la paz y la cohesión social se construyen en las prácticas cotidianas de personas que, día a día, eligen transmitir a sus hijos no solo técnicas de producción, sino valores de trabajo, solidaridad, creatividad y cuidado mutuo.

Referencias

- Astrachan, J. H. y Shanker, M. C. (2003). Family Businesses' Contribution to the U.S. Economy: A Closer Look. *Family Business Review*, 16(3), 211-219. <https://doi.org/10.1177/08944865030160030601>
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2017). *Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017*. CONAMYPE.
- Council on Foundations. (s. f.). *The Effects of Family Culture on Family Foundations*. Council on Foundations. <https://cof.org/content/effects-family-culture-family-foundations>
- Dyer, W. G. y Whetten, D. A. (2006). Family Firms and Social Responsibility: Preliminary Evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(6), 785-802. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00151.x>
- Grusec, J. E. y Davidov, M. (2010). Integrating Diffe-

rent Perspectives on Socialization Theory and Research: A Domain-Specific Approach. *Child Development*, 81(3), 687-709. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2010.01426.x>

Hall, A., Melin, L. y Nordqvist, M. (2001). Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns. *Family Business Review*, 14(3), 193-208. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2001.00193.x>

Hamilton, E., Discua Cruz, A. y Jack, S. (2017). Re-framing the status of narrative in family business research: Towards an understanding of families in business. *Journal of Family Business Strategy*, 8(1), 3-12. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2016.11.001>

Lansberg, I. (1999). *Succeeding Generations: Realizing the Dream of Families in Business*. Harvard Business Review Press.

Sorenson, R. L. (2014). Values in Family Business. En L. Melin, M. Nordqvist y P. Sharma (Eds.), *The SAGE Handbook of Family Business* (pp. 463-479). SAGE Publications.

Nota sobre los autores

Este artículo surge del proyecto de investigación "Microempresas y su aporte en la construcción del tejido socioeconómico y cultural de El Salvador", realizado por un equipo multidisciplinario de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), bajo la coordinación del Dr. Marlon E. Carranza, con la participación de Ernesto Pacheco, Ana María Mata y Federico Alegría.

Agradecimientos

Los autores agradecen profundamente a las familias artesanas de La Palma que generosamente compartieron sus historias, experiencias y reflexiones, haciendo posible esta investigación. También agradecemos al Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) y a la alcaldía municipal de La Palma, por su apoyo durante el trabajo de campo.