

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES**



**SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA  
EMPRESA ARTESANAL SALVADOREÑA Y SU INCORPORACIÓN AL  
SECTOR EXPORTADOR A TRAVÉS DE LA ASOCIATIVIDAD.  
PERÍODO 2000-2006**

**PRESENTADO POR:**

**GABRIELA MARIA DE JESÚS JUÁREZ FERMÁN  
LUZ ELENA NÚÑEZ MANCÍA**

**PARA OPTAR AL GRADO:**

**LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, MAYO DE 2007**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTORA:**

Doctora María Isabel Rodríguez

**VICE RECTOR ACADÉMICO:**

Ingeniero Joaquín Orlando Machuca

**VICE RECTORA ADMINISTRATIVA:**

Doctora Carmen Elizabeth de Rivas

**SECRETARIA GENERAL:**

Licenciada Margarita Rivas Recinos

**FISCAL GENERAL:**

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES**

**DECANA:**

Licenciada Morena Elizabeth Nóchez de Aldana

**VICE DECANO:**

Licenciado Oscar Mauricio Duarte Granados

**SECRETARIO:**

Licenciado Francisco Alberto Granados

**ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES**

**DIRECTOR DE LA ESCUELA:**

Licenciado Jorge Alberto Aranda

**COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADUACIÓN:**

MCP Lic. Claudia Samayoa

**DIRECTOR(A) DEL PROCESO DE GRADUACIÓN:**

Lic. Efraín Jovel Reyes

## AGRADECIMIENTOS

A los representantes de CASART, AID TO ARTISANT, CONAMYPE, CAMARASAL Y MINEC por facilitarnos información plasmada en esta investigación

Al Licenciado Abilio Orellana, por su accesibilidad a nuestras consultas, y por transmitirnos experiencias y conocimientos como insumos para la investigación.

A los artesanos salvadoreños porque el afinco y las aptitudes en su arduo trabajo representan la motivación y propósitos de nuestra tesis y su espíritu creativo y emprendedor nos dan su ejemplo de tenacidad e imaginación tal como lo diría el escritor Roque Dalton en su Poema de Amor: "Los Mejores Artesanos del Mundo"

Al Licenciado Efraín Jovel Reyes, nuestro asesor, por haber abierto las puertas de su conocimiento con entusiasta y desinteresada colaboración; y así, habernos dedicado tiempo cada vez que requerimos su tutoría para el buen desarrollo y feliz termino de este trabajo de graduación.

## DEDICATORIA

- A Dios Todopoderoso: Que me dio fortalezas para llegar a esta meta.
- A mis padres: Rafael Núñez Interiano (Q.D.D.G.) y María Luz Mancía; porque con su sacrificio y arduo trabajo me enseñaron el camino del bien, respeto y humildad, que fueron las bases para mi superación.
- A mi esposo: Por su apoyo y paciencia en este proceso.
- A mis abuelitos: Que me apoyaron en todo momento para lograr mis metas y, ésta en especial.
- A mis hermanos: Por todo su apoyo y su amor.
- A mi tía: Socorro Mancía, por darme fuerzas en esos momentos difíciles de mi formación personal y profesional.
- A mi amiga  
Compañera de tesis: Gabriela Juárez; por la paciencia y confianza en esta meta.
- A mis amigos: Fran, Vero y Aly que me dieron su apoyo.

Luz Núñez

A Dios: Por darme fortaleza en los momentos más difíciles y en este reto de mi vida que culmina con el resultado del presente trabajo. Asimismo, por la iluminación e inspiración que me brindó en cada momento, en cada párrafo e idea plasmados en esta investigación.

A mi madre: Amiga eterna, maestra querida, que me brindas tu apoyo en todo momento; este trabajo va dedicado a ti por que este triunfo es tuyo. Tú eres mi admiración y mi inspiración de vida, tú me enseñaste a vivir.

A mi padre: Por regalarme tu don en la escritura, por heredarme el ritmo en mi redacción y por ser un padre amoroso y tierno.

A mis hermanas: Por representar el camino al cual me quiero dirigir.

A mi Tía Ody: Por ser una segunda madre y un gran apoyo en nuestras vidas.

A mis sobrinos: Daniela, René y Andrea por que son Representantes de la inteligencia, inocencia y ternura de la generación contemporánea

A mi amiga y  
compañera de  
tesis:

Luz, por su constante apoyo, dedicación  
y paciencia en este trabajo. Por  
motivarme en los momentos difíciles y por  
dar lo mejor siempre.

GABRIELA JUÁREZ

## Índice

	<i>Página</i>
<i>Índice</i> ... ..	<b>i - vi</b>
<i>Introducción General</i> ... ..	<b>vii - xii</b>

### **CAPÍTULO I**

Los Programas y Proyectos Impulsados por el Gobierno de El Salvador y Otros Actores Involucrados en el Proceso de Incentivo de la Pequeña y Mediana Empresa Artesanal a la Exportación ... ..	<b>1 - 65</b>
---	---------------

<b>Introducción</b> ... ..	<b>1 - 4</b>
----------------------------	--------------

<b>1.1 Situación Actual de la Micro y Pequeña Empresa Salvadoreña</b> ... ..	<b>5 - 14</b>
--	---------------

1.1.1 Definición de Micro y Pequeña Empresa Según CONAMYPE ... ..	<b>7 - 8</b>
--	--------------

1.1.2 Definición de MIPYMES Según la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador ... ..	<b>8 - 9</b>
--	--------------

1.1.3 Clasificación de la Microempresa (Segmentos Productivos) ... ..	<b>9</b>
--	----------

1.1.4 Características de las Micro y	
--------------------------------------	--

Pequeñas Empresas ... ..	9 - 11
1.1.5 La Importancia de la MIPYME en la Generación de Empleos ... ..	11 - 14
<b>1.2 Programas y Proyectos Creados por el GOES para el Incentivo de la MIPYME a la Exportación ... ..</b>	<b>15 - 46</b>
1.2.1 Origen de CONAMYPE ... ..	19 - 21
1.2.2 Programas que impulsa CONAMYPE ... ..	21 - 22
1.2.3 Proyectos que Impulsa el GOES a través de CONAMYPE ... ..	22 - 23
1.2.3.1 Fondo de Asistencia Técnica ... ..	23 - 27
1.2.3.2 Fondo de Asistencia para Proyectos Asociativos Competitivos... ..	27 - 31
1.2.3.3 Programas de Bonos de Capacitación ... ..	31 - 35
1.2.3.4 Centro de Desarrollo Artesanal ... ..	35 - 38
1.2.3.5 Caja de Herramientas ... ..	38 - 41
1.2.3.6 Centros de Información y Documentación ...	41
1.2.4 Programas y Proyecto Promovidos por el Ministerio de Economía ... ..	42 - 46
1.2.4.1 "Clusters" ... ..	43
1.2.4.2 Fondo de Exportaciones ... ..	43 - 45



1.2.4.3	"Trade Point" ... ..	44 - 46
<b>1.3</b>	<b>Programas Promovidos por</b>	
	<b>la Empresa Privada</b> ... ..	<b>47- 55</b>
1.3.1	Programas de Apoyo de	
	Formación para la Internacionalización	
	de las empresas Salvadoreñas... ..	<b>48 - 52</b>
1.3.1	Cámara Salvadoreña de Artesanos CASART ... ..	<b>52 - 55</b>
<b>1.4</b>	<b>La Cooperación Internacional y las MIPYMES</b> ... ..	<b>55 - 63</b>
1.4.1	Cooperación Dirigida por la USAID... ..	<b>56 - 58</b>
1.4.2	Aid To Artisans ... ..	<b>58 - 63</b>
	<b>Conclusión...</b> ... ..	<b>64 - 65</b>
 <b>Capítulo II</b>		
	Los Obstáculos que Enfrenta	
	la Micro y Pequeña Empresa	
	Artesanal Salvadoreña en su	
	Incorporación al Sector Exportador ... ..	<b>66 - 90</b>
	<b>Introducción</b> ... ..	<b>66 - 71</b>
	La Localización de las Empresas ... ..	<b>72 - 77</b>

La Politización de los Proyectos ... ..	77 - 80
La Transculturización o Falta de Identidad Nacional ... ..	80 - 83
Obstáculos Financieros ... ..	83 - 86
Obstáculos de Tecnología e Información ... ..	86 - 87
Proceso de Embalaje para la Comercialización de Productos ... ..	87 - 88
<b>Conclusión</b> ... ..	<b>89 - 90</b>
 <b>Capítulo III</b>	
Asociatividad, una Alternativa para el Fortalecimiento de las MIPYMES: la Creación de un Consorcio Exportador de Artesanías ... ..	91 - 118
<b>Introducción</b> ... ..	<b>91 - 94</b>
 <b>3.1 Puntos Trascendentales para Iniciar un Proceso Asociativo</b> ... ..	 <b>95 - 98</b>
 <b>3.2 Estrategia de Asociatividad</b> ... ..	 <b>98 - 104</b>

3.2.1	Experiencia Salvadoreña en Esquema de Asociatividad ... ..	100 - 102
3.2.2	Condiciones Requeridas para una Estrategia de Asociatividad, Partiendo de la Experiencia Salvadoreña ... ..	102 - 104
<b>3.3</b>	<b>Propuesta para un Consorcio Exportador de Artesanías en El Salvador ... ..</b>	<b>104 - 115</b>
3.3.1	Formas de Integración Asociativa para el Comercio Exterior ... ..	104 - 115
	<b>Conclusión Capitular ... ..</b>	<b>116 - 118</b>
	<b>Conclusión General y Recomendaciones... ..</b>	<b>119 - 122</b>
	<b>Bibliografía... ..</b>	<b>123</b>
	<b>ANEXOS</b>	
	<b>CUADROS, TABLAS, MAPA Y FIGURAS</b>	
<b>Tabla 1.1</b>	La importancia de las MIPYMES por Generacion de empleos ... ..	<b>12</b>
<b>Tabla 1.2</b>	América Latina (10 países): Número de empresas	<b>13</b>
<b>Tabla 1.3</b>	Las MIPYMES en El Salvador y su Importancia Relativa en Número de Establecimientos y Empleos Generados,1998... ..	<b>14</b>
<b>Cuadro 1.2</b>	Actores participantes en el desarrollo de la MIPYME ... ..	<b>21</b>
<b>Cuadro 1.3</b>	Etapas que comprende un Proyecto Asociativo Competitivo ... ..	<b>28</b>
<b>Figura 1.1</b>	Actores que participan en la Operación FAT/PAC	<b>30</b>
<b>Mapa 2.1</b>	Localización de las Artesanías Salvadoreñas	<b>75</b>

<b>Tabla 2.1</b>	Inmigrantes en los Estados Unidos ... ..	<b>76</b>
<b>Tabla 2.2</b>	Población de Origen Hispano en los Estados Unidos ... ..	<b>77</b>
<b>Cuadro 3.1</b>	Pasos para la Creación de un Consorcio ... ..	<b>109</b>
Figura 3.2	Formas Jurídicas que pueden Adoptar los Consorcios ... ..	<b>110</b>
Figura 3.3	Figura del Consorcio Exportador ... ..	<b>113</b>

## INTRODUCCIÓN

En una época en que se dice que las oportunidades de desarrollo económico y tecnológico son ilimitadas y facilitadas por la globalización, la verdad es que las herramientas y recursos para ello no están accesibles para todos los productores; pues hay carencia de una formalización empresarial y de una capacidad financiera bonancible; existe poca influencia en el mercado nacional y otras trabas mercadológicas que hacen que las empresas pequeñas deben ingeniárselas para sobrevivir. Para éstas -Entre ellas las productoras de artesanías rústicas y de poco desarrollo-, la lucha es mucho más dura. La mayor parte de ellas están aisladas de los grandes centros comerciales y/o turísticos del país; han producido piezas de artesanías que en mucho tiempo no han variado su forma de producción ni la apariencia de sus productos. Las piezas de artesanías siguen siendo las mismas. Para sus ventas, dependen del turismo eventual y de entidades comercializadoras. Y en el rango económico nacional no son consideradas sujetas de asistencia gubernamental. Pero a través de la investigación que se realizó, descubrimos que de parte estas empresas pequeñas existe voluntad y deseo de ingresar al ámbito exportador, alentados por la promoción del libre comercio o por la búsqueda de mejores precios de venta en mercados que valoran en su esfuerzo y creatividad.

Ante este panorama, sostenemos que el potencial exportador de la micro, pequeña y mediana empresa artesanal salvadoreña se ha podido percibir en la demanda de sus productos en el

mercado internacional; sin embargo, existen empresas en este sector que no cuentan con los recursos necesarios para posicionarse en este mercado, tales como la innovación de técnicas artesanales, la cobertura del incremento en la producción y de aspectos financieros, etc. Los programas y proyectos actuales, promovidos por estos actores, no logran impulsar lo suficiente el sector, en materia de competitividad; es por ello que la *asociatividad* de la micro, pequeña y mediana empresa artesanal, en la forma de *consorcio exportador*, consolidaría la oportunidad para posicionarse en el mercado internacional.

Dado ésto, justificamos el presente trabajo consistente en enfocar a este grupo de pequeños empresarios, para estudiar desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales, las posibilidades que puedan establecerse en aras de asociarse y desarrollar una mejor inserción en el comercio internacional. Para ello, retomamos la consideración del teórico de las Relaciones Internacionales J.F. Dunn: "...introducir ciencias auxiliares al campo y método para el análisis para conocer el papel e intervención del hombre en las decisiones del Estado..."\* la cual, para nuestra tesis refiérase al grado de conocimiento que los artesanos salvadoreños tienen para aprovechar las herramientas dispuestas por el Gobierno central y local, así como su capacidad de adaptarlas a su determinación de participar en la política comercial internacional vigente (apertura comercial y globalización).

---

\* "La Integración Económica"

<http://www.revistaestudiosregionales.com/pdfs/pdf555.pdf#search=%22teoria%20%20%22neo%20funcional%22%22>.  
Pagina de Internet consultada por ultima vez el día 9/8/2006

Se puede decir que el modelo de la Asociatividad que se plantea en la investigación, es una manifestación aplicada de la Teoría de la Integración con enfoque neo-funcional, el cual sostiene que, el aumento de la tecnología de la producción y comercialización de artesanías en el mundo, ha aumentado la complejidad del mercado de dichos productos y obliga a una cooperación de los artesanos en cuestiones como: unificar precios bases, destrezas de producción, negociación de materias primas y servicios, entre otros. La eficiencia del modelo responderá según los resultados de incremento en ventas, tanto monetarias como unidades comercializadas, reducción de costos; y en la expansión cualitativa y cuantitativa de los artesanos salvadoreños, para que, así se abran, nuevas posibilidades de interrelacionar fenómenos y disciplinas secundarias en las Relaciones Internacionales, en procura de su progreso integral.

Nuestro objetivo general será analizar la situación actual de la micro, pequeña y mediana empresa a nivel nacional, enfocando las empresas artesanales con incentivo en la exportación, así como los obstáculos que éstas deben enfrentar para incorporarse a dicha perspectiva económica. También conoceremos de los diversos programas y proyectos que están dirigidos a este sector en particular, y si éstos logran o no, causar el impacto social esperado. Una vez conocidos los obstáculos, proponer un proceso de asociatividad entre los artesanos nacionales, que parta de la realidad de los mismos, considerando además, aquellos elementos claves para su éxito como experiencia.

Para orientar el tema, inicialmente, en el Capítulo I se presentará algunos datos generales acerca de cómo se definen las micro, pequeña, mediana y gran empresa, es decir, las características e indicadores que se toman en cuenta en algunos países de Latinoamérica y en el caso particular de El Salvador, para diferenciarlas a cada una de ellas, de acuerdo al material escrito disponible en entidades relacionadas con el tema y en el ciberespacio consultado al respecto. Además, se considera necesario explicar cuáles son los criterios que se ocupan en algunos países de Latinoamérica para clasificar los tipos de empresas, pues a través de estas definiciones, se conoce la magnitud de cada segmento empresarial y, por ende, su impacto en la actividad productiva. Buscamos con ello, evaluar los grados de cohesión existentes entre las MIPYMES<sup>1</sup> en el país y la madurez de interrelación y cooperación de éstas empresas a nivel regional (fase de la integración).

Es por ello que en el Capítulo II, se estudiará cuáles son los obstáculos que enfrenta la micro y pequeña empresa de artesanos salvadoreños al incorporarse al sector exportador. Entre los obstáculos identificados, mediante una encuesta elaborada propiamente para la investigación, son la falta de información acerca del proceso de comercialización hacia el exterior; falta de apoyo por parte del gobierno salvadoreño; obstáculos financieros; obstáculos tecnológicos; estructura regulativa y competitividad internacional; falta de recursos

---

<sup>1</sup> MIPYME: Acrónimo utilizado para referirnos a la micro, pequeña y mediana empresa



humanos calificados; politización de los proyectos y programas por el gobierno central y los gobiernos locales; la localización de las Empresas (MYPE) dedicadas a la artesanía salvadoreña; la transculturización o falta de identidad nacional. Nuestro objetivo capitular es demostrar cómo se inserta la cooperación e interrelación de los artesanos nacionales en la división internacional del trabajo para el mercado internacional de artesanías.

En el Capítulo III, comparando información bibliográfica y a la vez tomando en cuenta entrevistas a personas de entidades nacionales con experiencias en asociatividad, tanto a nivel nacional e internacional, podemos afirmar, que existen factores determinantes que impiden un desarrollo sectorial, por ejemplo, la carencia de estrategias disponibles orientadas a mejorar la productividad y competitividad de las **MIPYMES** para que éstas logren mejorar su posición, tanto en los mercados nacionales como internacionales. De igual forma, existe una constante búsqueda por desarrollar instrumentos y estrategias que permitan impactos cuantitativos y cualitativos en el desarrollo del sector de las **MIPYMES**, sin embargo éstos no logran sensibilizar al sector para optar por nuevas medidas de desarrollo.

Por lo anterior, sustentamos que la forma de incentivar al sector exportador es a través de una asociación bajo la figura de un Consorcio Exportador de Artesanías, en los sitios identificados con mayor auge y con la participación de las MIPYMES artesanales, es decir, aquellas que se dedican a la producción de artesanías. Lo consideramos clave, porque el

nivel de vida de un país en la actual globalización depende cada vez más de la competitividad que las empresas tengan; éstas deben estar en la capacidad de aprovechar las oportunidades ante la apertura de mercado, y en forma asociada; esta asociatividad les permitirá sobreponerse a las limitaciones de los mercados nacionales y lograr así mejores niveles de participación. Además, posibilita maximizar las inversiones en función del objetivo de desarrollo, porque pueden generar más fuentes de trabajo en el país al potenciar la creación y extensión de una base local especializada; y pueden intentar promover y gestar condiciones para un desarrollo más equilibrado en términos sociales y territoriales.

La elaboración de esta investigación representa, como profesionales de las Relaciones Internacionales, la aplicación de nuestra capacidad analítica a los fenómenos de la política mundial, al servicio de un sector de la economía nacional cada vez más interdependiente en una política internacional económica, regida por la apertura comercial y la integración o internacionalización de las MIPYMES, para contribuir así al crecimiento de las Relaciones Internacionales como disciplina multifuncional de análisis sobre la adecuación de los actores participantes de las relaciones internacionales, en aspectos del comercio internacional.

## CAPÍTULO I

### LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS IMPULSADOS POR EL GOBIERNO DE EL SALVADOR Y OTROS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PROCESO DE INCENTIVO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ARTESANAL A LA EXPORTACIÓN

El estudio de la situación de la micro y pequeña empresa es un tema que actualmente en el país debería de ganarse la atención del gobierno, con una visión primordial de estrategia; pues, el desarrollo de las mismas reorientaría la economía salvadoreña, ya que, en otras latitudes, han demostrado que si el Estado las apoya mediante planes específicos, pueden lograr un crecimiento económico local y a su vez global, además de una mayor redistribución del ingreso económico de un país.<sup>2</sup>

Ante la posición que toma el gobierno al catalogarse como de una "economía abierta", y de orientar precisamente su "política comercial", hacia una apertura a través de tratados de libre comercio; se le hace necesario propiciar un espacio en estos mercados para las micro, pequeñas y medianas empresas<sup>3</sup> pues el país cuenta con 476,900 de estas empresas, que, divididas entre sus diferentes tipos de empresas, muy limitadamente podrán entrar en competencia con las empresas extranjeras. Y si se toma en consideración que un porcentaje de las artesanías del país se exporta a Europa y Estados

---

<sup>2</sup> Tal como lo plantea Zevallos en su artículo de la Micro , Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina: *La vocación local de las MIPYME desde su origen y las exitosas experiencias de los sistemas de producción basados en ellas – tanto en su relación con grandes empresas como en sus relaciones recíprocas a nivel local- muestran lo que se puede lograr con ellas en términos de crecimiento económico y redistribución del ingreso. Las experiencias que han tenido lugar en Italia (Emilia Romana), Alemania (Baden-Wüttemberg) y Estados Unidos (Silicon Valley) exhiben como común denominador la presencia de densas redes de MIPYME capaces de generar productos competitivos de manera colectiva.*

<sup>3</sup> En adelante abreviada con el término MIPYME.

Unidos de América, es importante que el empresario salvadoreño exportador o potencial exportador conozca y/o esté enterado de las condiciones que a nivel mundial afectan el comercio de sus productos. Por consiguiente, es requerido analizar las posibilidades reales con las que cuentan estas empresas salvadoreñas si se incorporasen en los mercados con los que se firman los Tratados de Libre Comercio, ya que dichas posibilidades son casi nulas debido a las deficiencias que ellas mismas presentan, como lo es el alto costo de producción que eleva los precios en las ventas del producto y hace poco atractivo a éste; eso, sin tomar en cuenta la competencia de los productos chinos en el mercado internacional.

Debido a ello, se hace hasta obligatorio para el gobierno crear programas y proyectos orientados al impulso del sector de la micro, pequeña y mediana empresa salvadoreña (MIPYME) e incentivar, en particular, aquellos con capacidad e interés hacia la exportación.

Es importante mencionar que las empresas artesanales han cobrado importancia y han generado especial atención tanto en el mercado nacional como en el internacional, es por ello que gran parte de esta investigación será de lo general a lo específico: partiendo de la importancia y el apogeo de las PYMES latinoamericanas, pasando por las salvadoreñas y finalmente enfocándonos en las artesanales salvadoreñas.

Por consiguiente, en el primer capítulo de la investigación se plantea el siguiente problema: ¿En qué medida los

Programas y Proyectos creados por el Gobierno de El Salvador han incentivado a la micro y pequeña empresa artesanal salvadoreña a incorporarse al sector exportador?

Ante la problemática expuesta en el párrafo anterior, se propone como respuesta tentativa la hipótesis siguiente: Los programas y proyectos creados por el GOES no han logrado impulsar a la micro y pequeña empresa artesanal salvadoreña, debido a que no satisfacen las demandas que dicho sector enfrenta en su incorporación a la exportación. Entre tales mencionamos: la factibilidad de obtención de créditos para financiar sus proyectos de expansión empresarial, y mejorar las condiciones que tienen que cumplir para recibir asesoría técnica. Mientras tanto, en los programas y proyectos del GOES, no se encuentra como objetivo primordial el brindar el apoyo financiero que este sector necesita para invertir en sus empresas.

Este capítulo permitirá identificar los programas y proyectos que ha creado el GOES para incentivar a la micro y pequeña empresa salvadoreña, así como aquellos creados por instituciones no gubernamentales que en gran medida han contribuido al desarrollo del sector artesanal.

Para lograr el objetivo capitular se pretende, en primer lugar, realizar un análisis sobre la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas salvadoreñas para poder establecer una visión general del tema, y así considerar la situación específica del sector artesano salvadoreño con miras a la exportación. Posteriormente, se expondrán los

programas y proyectos que ha creado el GOES, y las instituciones no gubernamentales dedicadas a impulsar las MIPYME al ámbito exportador. Finalmente se evaluará si estos programas promueven un verdadero desarrollo en este sector, para ello se han verificado encuestas propiamente entre micro y pequeños empresarios artesanos salvadoreños, mayormente localizados en el sector de Nahuizalco, La Palma, Ilobasco, San Sebastián y Guatajiagua.

## **1.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA SALVADOREÑA**

Ante el avance del proceso de globalización en el mundo, Latinoamérica ha sufrido grandemente los efectos que este fenómeno ha dejado a su paso: las recurrentes crisis económicas, el cada vez más alto endeudamiento externo que hasta julio de 2004, en El Salvador registra un saldo mayor de ocho mil millones de dólares; las altas tasas de desempleos, el aumento de los desocupados, la baja productividad, el retraso tecnológico de nuestros pueblos y la aun más marcada brecha entre ricos y pobres, como consecuencia de la estructural y tradicional desigualdad en la distribución de beneficios en los países de la región.

Buscar la raíz, y más aun, la solución a todos estos problemas, se ha convertido en un diario quehacer entre los más diversos sectores de la población en los ámbitos nacional e internacional, en las reflexiones, tesis y debates entre economistas, analistas, políticos, religiosos, sociólogos, politólogos, ecologistas, etc.; y en las mismas organizaciones e instituciones financieras internacionales que dictan las políticas económicas mundiales.

Es alentador saber, para los países latinoamericanos, que existe una alternativa viable, la cual, se debe, en parte, al ahínco que reflejan sectores mayoritarios y potencialmente productivos como la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME). La CEPAL ha catalogado a este sector como generador de empleo, promotor del desarrollo local, coadyuvante del

crecimiento económico y de la redistribución de la riqueza en la región<sup>4</sup>. Por ello, se sostiene que parte de la solución de todos estos problemas se encuentra en el desarrollo de las MIPYME. De ahí, el papel complementario de gobierno con planes y programas hacia ese sector.

Para orientar el tema, inicialmente, se presentará algunos datos generales acerca de cómo se definen las micro, pequeña, mediana y gran empresa, es decir, las características que se toman en cuenta en algunos países de Latinoamérica y en el caso exclusivo de El Salvador, para diferenciarlas a cada una de ellas. Además, se considera necesario explicar cuáles son los criterios que se ocupan en algunos países de Latinoamérica para clasificar los tipos de empresas, pues a través de estas definiciones, se conoce la magnitud de cada segmento de empresa y por ende, su impacto en la actividad productiva.

En Latinoamérica existen varios criterios para poder clasificar a las micro, pequeña, mediana y gran empresa; la mayoría de países utiliza características cuantitativas, más que cualitativas, por ejemplo se utilizan criterios como: empleo, ventas, activos, unidades de fomento, inversión, etc.

Países como México están tratando de reducir en un solo grupo a las PYME y las clasifica en "empresas de subsistencia" y "empresas con opción al desarrollo", tomando en cuenta aspectos más cualitativos que cuantitativos.

---

<sup>4</sup> ZEVALLOS V. Emilio (2003): Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, *Revista CEPAL*, No. 79 Santiago de Chile, Abril 2003.



En El Salvador, aún no se ha podido establecer una definición para la micro, pequeña y mediana y gran empresa; sin embargo, cada institución utiliza su propia definición para clasificar a las empresas. El criterio común encontrado, que utiliza tanto la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)<sup>5</sup> como la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, es el número de empleos por cada empresa.

Se mostrará a continuación las definiciones y las características que utiliza CONAMYPE para clasificar a la micro y pequeña empresa en El Salvador.

### **1.1.1 Definición de Micro y Pequeña Empresa (según información proporcionada por CONAMYPE)**

De acuerdo con Libro Blanco de la Microempresa<sup>6</sup>, los criterios para la definición se basan en una dimensión laboral (que es el número máximo de trabajadores, incluyendo al empresario y a trabajadores no remunerados) y en una dimensión financiera (en la que por motivos prácticos se utiliza el valor de las ventas brutas). Según el Libro Blanco de la Microempresa, publicado en 1997, se define a ésta como "la unidad económica que tiene entre diez trabajadores o menos y cuyas ventas anuales no superan los \$70,000".

---

<sup>5</sup> La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE, es una institución creada en 1996 mediante el Decreto Ejecutivo N° 48, quedando adscrita a la Vicepresidencia de la República.

A partir del mes de junio de 1999, mediante Decreto Ejecutivo No.12, CONAMYPE pasó a formar parte del Ministerio de Economía y a integrarse institucionalmente a los objetivos de la "Alianza por el Trabajo" que impulsó el gobierno del ex presidente Flores y sigue en vigencia con el actual Gobierno. Este giro institucional respondió a la intención de que CONAMYPE contribuyera de una forma eficaz al desarrollo de la micro y pequeña empresa, como parte de los planes de desarrollo económico del país.

<sup>6</sup> El Libro Blanco de la Microempresa es un documento que contiene un diagnóstico y un marco propositivo que se entregó a la nación con lineamientos de políticas para el desarrollo de la microempresa, en él se exponen los problemas que afronta el sector para su desarrollo y ofrece posibilidades de solución y la forma de implementarlos. En su elaboración participaron empresarios del sector, ONG, entidades financieras, sector público y entidades internacionales, con el propósito de recoger las ideas de cómo se podría favorecer y desarrollar al sector.

CONAMYPE, por su parte, ha incorporado una modificación al concepto en la dimensión financiera, tomando como base el salario mínimo urbano, con la intención de que el concepto se actualice automáticamente. Incorporando este nuevo criterio, la microempresa se define de la siguiente manera:

*MICROEMPRESA: Toda unidad económica que tiene hasta 10 ocupados y ventas anuales hasta el equivalente de 476.2 salarios mínimos urbanos. Se excluyen las unidades económicas dedicadas a las actividades del sector agropecuario.<sup>7</sup>*

*PEQUEÑA EMPRESA: Toda unidad económica que tiene hasta cincuenta ocupados y que sus ventas anuales son hasta el equivalente a 4,762 salarios mínimos urbanos, excluyendo aquellas que tienen ventas anuales menores al equivalente de 476.2 salarios mínimos con 10 o menos ocupados<sup>8</sup>.*

### **1.1.2 Definición de MIPYMES según Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador**

La Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador clasifica las empresas utilizando el criterio "empleo" y las establece de la siguiente manera:

- **Micro Empresa: hasta 4 empleados.**
- **Pequeña Empresa: de 5 a 49 empleados.**
- **Mediana Empresa: de 50 a 99 empleados.**
- **Gran Empresa: más de 99 empleados.<sup>9</sup>**

---

<sup>7</sup> Fuente: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).

<sup>8</sup> Fuente: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).

<sup>9</sup> Fuente: Cámara de Comercio e Industria de El Salvador y la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

Para ampliar la exposición de los criterios de clasificación de las MIPYME en Latinoamérica, ver cuadro 1 de los anexos. En dicho cuadro, se muestran los diferentes criterios que se utilizan en algunos países de Latinoamérica, para elaborar las definiciones de micro, pequeña, mediana y gran empresa.

### **1.1.3 Clasificación de la Microempresa (Segmentos Productivos)**

El criterio principal de clasificación, por su practicidad, son las ventas. De esta forma, los segmentos quedan definidos así:

- Microempresa de subsistencia: aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 11.9 salarios mínimos urbanos ó 142.9 salarios al año.
- Microempresa de acumulación simple, aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 23.8 salarios mínimos urbanos o 285.7 salarios al año.
- Microempresa de acumulación ampliada o "micro-tope", aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 39.7 salarios mínimos urbanos al mes o 476.2 salarios anuales.

### **1.1.4 Características más Importantes del Sector**

- Ubicación geográfica

La actividad microempresarial se concentra fundamentalmente en la zona urbana según los datos levantados entre noviembre

y diciembre del 2001 a través del módulo de microempresas, un poco más de las dos terceras partes de los micronegocios se encuentran ubicados en los mercados urbanos, dado que son espacios económicos en los cuales, la población, en promedio, obtiene un mayor ingreso y por tanto existe una relativa mayor capacidad de consumo respecto a poblaciones más dispersas que residen en regiones más apartadas.

- **Género de los Socios y Trabajadores**

En general se observa, entre los dueños de establecimientos, un predominio del género femenino en el total de la actividad microempresarial: cerca de 64% de mujeres frente a un 36% de hombres. Se destaca el predominio de las mujeres, sobretodo, en el micronegocio de subsistencia con ingresos menores al salario mínimo; sin embargo, en las de acumulación ampliada<sup>10</sup>, (como es el caso de empresas como "La Canasta"; "Artes y Muebles Yutesa"; "Rústicos de Jayaque"; "Artesanías la Palma", etc., que son empresas de producción al exterior), el predominio es de los hombres; mientras que en las MYPES de subsistencia con ingresos mayores al salario mínimo y la de acumulación simple, las proporciones más bien se muestran equilibradas, pero con un leve dominio del género femenino.

- Mano de obra y precariedad laboral

La actividad microempresarial representa la ocupación laboral única para casi el 89% de los empresarios, mientras que para el 11% restante, el micronegocio continúa siendo la actividad

---

<sup>10</sup> Extiéndase con el concepto de Acumulación Ampliada a aquellas empresas con oportunidad de crecimiento.

principal pero tienen otra fuente de ingreso (otro empleo). Los microempresarios de los segmentos productivos de subsistencia presentan una mayor dependencia del micronegocio como exclusiva fuente de ingresos laborales.

#### **1.1.5 La Importancia de la MIPYME en la Generación de Empleo**

La importancia de las MIPYME, como ya se había mencionado, es la generación de empleos (ver cuadro 1), ya que en El Salvador la población desocupada continúa creciendo cada vez más. De acuerdo con un artículo de "La Prensa Gráfica", del 13 de septiembre de 2004, que proporciona datos suministrados por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), sólo para el año 2003 se registraron 187,192 desocupados y los que tienen empleos están registrados en el sector informal.

Son muchos aspectos los que se podrían atribuir al número de desocupados: la falta de acceso a la educación y por consiguiente la baja calidad de la mano de obra salvadoreña; la falta de inversión, el bajo número de empleos, las políticas de proporción de empleo, etc.; por estas razones, el salvadoreño recurre a la única manera que le queda para subsistir: el empleo informal.

Miguel Ángel Corleto, director de la DIGESTYC, explicó en el mismo artículo la definición de empleo informal:

*Definimos como empleo informal cuando alguien trabaja en una empresa que tiene menos de cinco empleados. La falta de seguridad social es también otra forma de informalidad.*

Además, si tomamos en cuenta que la Población Económicamente Activa (PEA), registrada para el 2003 fue de 2.7 millones - en un balance de acuerdo con el Cuadro 1- la MIPYME sería responsable de proporcionar el 40.22% de los empleos generados. Para la ANEP, el auge de la informalidad empresarial se debe a los problemas que enfrentan los empresarios para legalizar su situación, ya que los procesos son demasiado largos y se tiene que acudir a muchas instituciones gubernamentales, es por ello que para algunos empresarios esto representa un obstáculo a la formalización empresarial.<sup>11</sup>

### **TABLA 1.1**

La Importancia de las MIPYMES por Generación de Empleos

<i>Tipo de Empresa</i>	<i>N° de Empleos Generados</i>
Microempresa	<b>881,600 empleos</b>
Pequeña Empresa	<b>165,490 empleos</b>
Mediana Empresa	<b>38,860 empleos</b>
Gran Empresa	<b>167,868 empleos</b>
Total	<b>1,253,818 empleos</b>

**Fuente:** Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador. *Encuesta Económica, 1998.*

El total de empresas existentes en El Salvador es de 477,216 y sólo entre MIPYME existen 476,900 (ver cuadro 2). Si se

<sup>11</sup> “El Empleo Informal Gana Terreno” LA PRENSA GRÁFICA, Lunes 13 de septiembre de 2004, Pág. 42

hace un balance general entre el número de empresas (establecimientos) y el número de empleos proporcionados por éstas, se podrá observar aún con más certeza la importancia de este sector (cuadro 3); sin embargo, como se había mencionado, muchos de estos empleos pueden ser registrados dentro del sector informal. Y aquí es donde se le debería poner especial atención, porque si bien es cierto que dicho sector genera más empleos que la gran empresa, pero habría que evaluar también los aspectos cualitativos de estos empleos y bajo qué condiciones se emplean a estas personas.

Tal situación no sólo amerita una evaluación estadística, pues muchas veces éstas no evalúan las condiciones cualitativas de los empleos. En El Salvador, es un hecho que la gran mayoría de los empleos no cuentan con la protección social a la que cada ser humano es merecedor, pero también es un hecho que en este país se trabaja para sobrevivir y, sin importar, se toma cualquier tipo de trabajo.

**TABLA 1.2**

América Latina (10 países): Número de empresas

País	Años de la Información	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran Empresa	Total
Argentina	1994	814,400	69,500	7,400	5,200	896,500
Bolivia	1995	500,000	1,007	326	234	501,567
Chile	1997	432,431	78,805	10,870	4,814	526,920
Colombia	1990	657,952	26,694		821	685,467
Costa Rica	2000	58,620	14,898		1,348	74,866
El Salvador	1998	464,000	12,398	502	316	477,216
Guatemala	1999	135,000	29,024	9,675	2,438	176,137
México	1998	2,676,327	85,223	24,461	7,307	2,793,318
Panamá	1998	34,235	5,601	1,149	1,239	42,224
Venezuela	2000	...	8,701	2,613	776	...

FUENTE: Revista de la CEPAL Número 79, Abril 2003

**TABLA 1.3**

Las MIPYMES en El Salvador y su Importancia Relativa en Número de Establecimientos y Empleos Generados, 1998

Tamaño de establecimientos según número de empleados	Número de establecimientos	%	Empleo	%	Empleo promedio por establecimiento
Menos de 4	464,000	97.23	881,600	70.31	1.9
\5 - 9	8,071	1.69	52,663	4.20	6.5
10 - 49	4,327	0.90	112,827	8.99	26
50 - 99	502	0.10	38,860	3.09	77.4
100 y más	316	0.06	167,868	13.38	531.2
Total	477,216	100.00	1,253,818	100.00	

FUENTE: Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador. 1998

Ante el auge de la importancia de las MIPYMES en la generación de empleos, y por recomendación de agencias



cooperantes así como de organismos internacionales, el Gobierno de El Salvador ha diseñado programas y proyectos que incentivan, en cierta manera, el sector de las MIPYMES hacia la internacionalización de sus productos.

## **1.2 PROGRAMAS Y PROYECTOS CREADOS POR EL GOES PARA EL INCENTIVO DE LA MIPYME A LA EXPORTACIÓN**

A partir de este acápite se incluirá un estudio realizado en febrero - marzo de 2005, por las autoras de esta investigación; el cual está basado en una encuesta realizada y delimitada a los micro, pequeños y medianos empresarios artesanos de los municipios de La Palma, Nahuizalco, San Sebastián, Ilobasco, Guatajiagua. Dicho estudio servirá de apoyo para el análisis de la incidencia de los programas y proyectos que ha creado el Gobierno de El Salvador, para el impulso de la MIPYME artesanal en su incorporación al sector exportador.

Los referidos programas y proyectos, son coordinados por el Ministerio de Economía y la Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa; éstos, a su vez, son financiados por fondos del GOES y por diversos convenios de préstamos con organizaciones internacionales y/o bancos internacionales.

Le tomamos especial atención al sector artesanal con incentivo a la exportación, porque es un sector que ha sido ignorado por mucho tiempo y tal como lo plantea un estudio realizado por la CEPAL: el sector de la MIPYME normalmente se vincula con estratos de la población de bajos ingresos en los

países en desarrollo, por lo que al mismo tiempo tiene un potencial amortiguador de la pobreza, y por lo que también es objeto de diversas iniciativas de apoyo público y privado, ya que el segmento mas próspero de las MIPYMES es visto como una posible panacea al problema social señalado.<sup>12</sup>

Tal es el caso de los artesanos que por sus propios medios han logrado prosperidad y, al cruzar las fronteras, ya están posicionándose en el mercado internacional. Las exportaciones de productos artesanales alcanzaron para el 2004 los \$2.8 millones; y en los primeros cuatro meses de 2005, ya vendieron \$793 mil dólares, con lo que se prevé superar las ventas anteriores.

Los países donde han logrado introducir sus productos son: Alemania, Italia, Australia, Canadá, Estados Unidos, Puerto Rico y Republica Dominicana.

El producto artesanal más vendido y reconocido a nivel internacional son las hamacas de lona, ya que para el 2004 se vendió un millón de dólares; y en pastes medio millón. Las estatuillas de barro son también de las preferidas, pues registraron un volumen de exportación de \$78 mil dólares.

Todo esto es parte de la importancia que destaca nuestra investigación y lo que justifica la necesidad de que el Gobierno ponga especial atención a este sector.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Pequeñas Empresas, Productos Étnicos y de Nostalgia: Oportunidades en el Mercado Internacional. Los Casos de El Salvador y México. Pagina 3

<sup>13</sup> La Prensa Grafica, "Revista Economía", publicada el sábado 28 de mayo de 2005. Paginas 38-39

Como se mencionó con anterioridad, se irá analizando los programas y proyectos que promueve el GOES, y a la vez su incidencia en el sector de las MIPYMES artesanales; así también se estudiará la incidencia de los mismos programas y proyectos en la realidad socioeconómica existente en El Salvador. Además, a criterio de las investigadoras, se elaborará un análisis comparativo entre los programas y proyectos creados tanto por el GOES, como por las organizaciones internacionales no gubernamentales, incluyendo el desenvolvimiento de programas creados por la empresa privada de El Salvador hacia el sector.

El Gobierno, por su parte, ha creado un programa diseñado para impulsar al sector de las MIPYMES exportadoras y/o con interés en exportar, dentro de las cuales se toma en cuenta al sector artesanal, éste se denomina Exporta El Salvador y comprende entre otros los siguientes proyectos: FAT Exportador, BONOMYPE, Inteligencia Competitiva, FOEX y Trade Point. Algunos proyectos, tales como Clusters, CEDART, FAT, la Caja de Herramientas y los Centros de Información y Documentación no tienen como destinatarios exclusivos a los empresarios exportadores, sino a las MIPYMES en general.

Los proyectos que promueve CONAMYPE siempre van a tener vinculación con el MINEC<sup>14</sup>, pues, ciertamente, algunos son de exclusiva promoción del Ministerio de Economía.

A continuación se expone a CONAMYPE como institución, es decir, su origen, misión y actores, así como los programas y

---

<sup>14</sup> Ministerio de Economía.

proyectos que de ella se desprenden, tomando información recopilada a través de entrevistas y bibliografía obtenidas por visitas realizadas a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña empresa, así como de sitios en la Web.

Para ampliar los criterios de evaluación de los programas y proyectos que tiene CONAMYPE y el MINEC se incluirá la investigación de campo mencionada con antelación, para lo cual, se eligió como población a los artesanos de los municipios La Palma, Nahuizalco, San Sebastián, Guatajiagua, e Ilobasco, de los cuales el 100% tiene un gran interés en exportar sus productos.

En dicha investigación, se aplicó a cada empresario la encuesta que fue elaborada con los siguientes objetivos:

- Identificar el interés de exportar en los artesanos del lugar.
- Establecer el nivel de conocimiento de los programas y proyectos que tiene el GOES.
- Evaluar si los programas y proyectos en ejecución reflejan su eficacia y eficiencia en los artesanos; tomando parámetros cualitativos tales como el interés que muestra el empresario al hablar de dichos programas, y si a partir de éstos ha percibido mayor crecimiento en producción, tecnificación y administración (dichos parámetros queda a criterio de las autoras de esta investigación).

Existen otros objetivos y parámetros que no se mencionan en este acápite, pues servirán de apoyo para la elaboración de posteriores capítulos.

### **1.2.1 Origen de CONAMYPE**

El Gobierno de El Salvador, ha venido tomando conciencia poco a poco de la trascendencia que se le debe atribuir al sector MIPYME, ello debido a diversos análisis que forman parte de debates políticos, propuestos por instituciones financieras como el BID, el BM y el FMI, y que aparecen también en recomendaciones elaboradas por organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, a través de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que en sus numerosas publicaciones, ha insistido en la importancia que se le debe dar al sector de las MIPYMES. Además se cuenta con las sugerencias que ha dado la Organización Internacional del Trabajo, y otras propuestas hechas por la cooperación internacional, particularmente la Cooperación Técnica Alemana, USAID, etc. Debido a este proceso, es como El Gobierno ha ido entendiendo la importancia que tiene el sector.

Así, se creó la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa -CONAMYPE, la cual es "una institución creada en 1996 mediante el Decreto Ejecutivo N° 48, quedando adscrita a la Vicepresidencia de la República".

A partir del mes de junio de 1999, mediante Decreto Ejecutivo No.12, la CONAMYPE pasó a formar parte del Ministerio de Economía y a integrarse institucionalmente a los objetivos de la "Alianza por el Trabajo"<sup>15</sup>, que se originó con el gobierno del ex presidente Francisco Flores y continúa vigente con el actual Gobierno. Este giro institucional respondió a la intención de que CONAMYPE contribuyera de una forma eficaz al desarrollo de la micro y pequeña empresa, como parte de los planes de desarrollo económico del país.

#### **Misión de CONAMYPE**

Promover, facilitar y coordinar la ejecución de políticas, estrategias, programas y acciones para el desarrollo integral de las micro y pequeñas empresas.

#### **Junta Directiva de la CONAMYPE**

La CONAMYPE está integrada por diez miembros, entre propietarios y suplentes, nombrados por el Presidente de la República; la preside el Ministro de Economía y a él lo suple cualquiera de los dos viceministros. Los miembros propietarios y suplentes provienen de las siguientes entidades:

- Gremiales del sector.
- Organizaciones no gubernamentales que desarrollen actividades significativas para el sector.

---

<sup>15</sup> Alianza por el Trabajo: forma del parte del programa de gobierno denominado "La Nueva Alianza" establecida en El Salvador durante la gestión del Presidente Francisco Flores, por recomendación de la ONU a través del PNUD. Esta política continua activa con el actual gobierno.

- Un miembro propietario y un suplente de exclusiva selección del Presidente de la República.

### **Actores**

El desarrollo de la MIPYME en El Salvador es el producto de la participación articulada de diferentes actores, quienes se desempeñan en distintos ejes de trabajo y cuyas acciones orientan, directamente, a vencer las barreras que enfrenta la micro y pequeña empresa.

Cada uno de estos actores se desempeña en ámbitos diferentes, pero complementarios. Entre ellos se puede identificar a ministerios, ONG's, gremios, asociaciones de empresarios y agencias cooperantes que se integran al sistema como socios estratégicos de la CONAMYPE."<sup>16</sup>

### **CUADRO 1.2**

#### *Actores participantes en el desarrollo de la MIPYME*

**Ministerios** → Ministerio de Economía, Ministerio de Agricultura y Ganadería y Ministerio de Relaciones Exteriores

**ONG's** → Aid to Artisans (ATA)

**Gremios** → Cooperativa de ahorro y crédito de Artesanos de la Palma, Guatajiagua, Nahuizalco, San Sebastián e Ilobasco, así como gremiales del sector.

**Agencias Cooperantes** → Agencia de Cooperación Técnica Alemana (GTZ), Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), etc.

<sup>16</sup> [http://: www.conamype.gob.sv](http://www.conamype.gob.sv) consultada entre noviembre de 2004 - julio 2005.

**Asociaciones de Empresarios** → Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), Asociación Salvadoreña de Industriales, Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador.

Fuente: creado por las autoras de la investigación.

### **1.2.2 Programas que impulsa CONAMYPE**

“La CONAMYPE tiene actualmente para el año 2005, 13 programas en ejecución para el fortalecimiento del sector, enmarcados en la política nacional de la MIPYME.

Estos programas son:

1. Dinamización de la demanda de servicios no financieros.
2. Apoyo a la especialización de la oferta de servicios no financieros.
3. Sistema integrado de información especializada.
4. Seguimiento y evaluación del sector.
5. Incentivos para la asociatividad.
6. Promoción al fortalecimiento institucional para la asociatividad.
7. Promoción de la demanda de servicios financieros.
8. Promoción de la oferta de servicios financieros.
9. Marco institucional y jurídico.
10. Inversión en actividades con potencial.
11. Análisis y propuestas a la legislación.
12. Simplificación administrativa.
13. Coordinación interinstitucional.
14. Programa de Ampliación de Cobertura de Micro créditos.”<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.conamype.gob.sv>



Todos estos programas se encuentran vigentes hasta la fecha, aunque esto no significa que son efectivos al punto de cubrir las necesidades de las MIPYMES.

### **1.2.3 Proyectos que impulsa el GOES a través de CONAMYPE**

Para hacer efectivo el desarrollo o ejecución de estos programas, fue necesario la elaboración de proyectos que tengan como finalidad el impulso de dicho sector; por lo que la CONAMYPE ha creado los siguientes proyectos (vigentes a la fecha):

1. Fondo de Asistencia Técnica (FAT).
2. Fondo de Asistencia Técnica para Proyectos Asociativos Competitivos (FAT/PAC).
3. Programa de Bonos de Capacitación (BONOMYPE).
4. Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART).
5. Caja de Herramientas de Gestión como Eje del Desarrollo de Micro, Pequeña y Mediana Empresa en El Salvador (MIPYME).
6. Centro de Información y Documentación.

#### **1.2.3.1 Fondo de Asistencia Técnica**

El Fondo de Asistencia Técnica (FAT) ha sido uno de los más grandes proyectos con el que trabaja CONAMYPE a través del cual se le brinda asistencia técnica y financiera al empresario. Sin embargo, este proyecto, por diversas razones que se describirán mas adelante no ha tenido gran incidencia

en el sector artesanal, como lo es en el caso de los municipios de La Palma, Guatajiagua, San Sebastián, Ilobasco y Nahuizalco.

A continuación se presenta información obtenida en la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Posteriormente se evaluará si este proyecto ha alcanzado a cubrir las necesidades del sector.

El FAT es un proyecto creado para los empresarios que deseen recibir el apoyo técnico que les permita mejorar la administración de sus negocios y obtener mayores ventas y ganancias. Está constituido con el respaldo de la Organización de Estados Americanos (OEA), aportes técnicos, financieros y asesoría del Gobierno por medio de CONAMYPE.

El FAT tiene como objetivo proporcionar un apoyo económico directo en el pago de servicios de consultoría, para la adquisición de técnicas modernas que mejoren su actividad empresarial y sus procesos productivos. Con ese propósito, el FAT paga el 80% de los costos de la consultoría o asistencia técnica requerida; el 20% restante del costo de la consultaría, la tiene que pagar el empresario. En países como El Salvador, proyectos como el FAT no resultan factibles, pues en la cultura salvadoreña conceptos como inversión no son aplicables, ya que la gran mayoría de empresas son de subsistencia debido al alto costo de la vida. Esto lo podemos medir a través de las encuestas realizadas en los distintos municipios en donde se encuentran concentrados un gran número de artesanos.

### **Modalidades del FAT**

El FAT opera en tres modalidades: Individual, grupal y asociativo.

- FAT Individual: se brinda asistencia técnica y consultoría a micro y pequeñas empresas individuales, no asociadas.
- FAT Grupal: Se atienden grupos de empresarios de más de dos que trabajen en la misma actividad empresarial, y se les brinda una asesoría grupal de acuerdo a las necesidades planteadas por ellos.
- FAT Asociativo: Se brindan recursos técnicos (asistencia técnica y asesoría) y financieros a grupos de microempresarios organizados que deseen poner en marcha de manera conjunta un proyecto. Con este fondo se espera dejar consolidados estos grupos dentro de un modelo asociativo.
- FAT Exportador: Facilita el acceso de asistencia técnica y consultoría para el fomento y desarrollo de la competitividad de las empresas en los mercados internacionales; dirigido a empresas de a un modo individual o un grupo de empresas. Aunque esta modalidad ya no se esta ejecutando, se prevé volver a incorporarlo como proyecto.

### **Requisitos para tener acceso al FAT**

- Tener una micro o pequeña empresa, con un mínimo de seis meses de operación en el mercado.
- Tener ventas anuales que no sobrepasen de \$ 685,714.
- Tener un número de trabajadores no mayor de 50.

- Tener la disposición de aportar el 20% restante del costo total de la asistencia técnica a solicitar.”<sup>18</sup>

En la investigación realizada a los municipios de La Palma, San Sebastián, Guatajiagua, Ilobasco y Nahuizalco, se pudo analizar la incidencia de este proyecto.

Debido a la identificación que tiene como proyecto de CONAMYPE, éste es muy reconocido entre los artesanos ya que casi 97% de la población encuestada conoce el Fondo de Asistencia Técnica. Sin embargo, de este 97% sólo el 76% conoce con certeza cómo opera el FAT. Ya que el otro 26% mostraba incertidumbre al hablar del FAT, de hecho confundían el FAT con CONAMYPE.

No cabe duda, y de hecho se sabe las ventajas que el FAT ofrece al sector, empero no ha tenido el reconocimiento que debería de reflejar en las encuestas realizada. Esto se debe, en parte, a la realidad económica que enfrentamos en nuestro país, en nuestros hogares particularmente; pues si ahondamos en la realidad de los artesanos, ellos preferirían llevar el poco dinero que tienen a necesidades primarias del hogar, en lugar de invertir su dinero en una consultoría que ellos mismos dudan desde un principio que les pueda servir de algo para incrementar, ya sea su producción o la calidad de sus productos.

---

<sup>18</sup> Información recopilada por entrevista realizada a una asesora técnica de CONAMYPE y por visita a su sitio web <http://www.conamype.gob.sv>

Los aspectos culturales influyen para la incidencia de un determinado programa o proyecto en particular, pues aspectos tan simples como el de llamar a un artesano empresario pueden influir en la incidencia que el proyecto pueda tener dentro de la población a la que va dirigida. Casi el 100% de la población encuestada no se considera empresario; en el momento de la encuesta notamos que cuando nos referíamos a ellos como empresarios, mostraban cierta incomodidad y nos aclaraban que eran artesanos, no empresarios. Por ello la tarea de CONAMYPE, como institución promotora de una cultura empresarial, sugerimos que se debe educar e implementar una cultura empresarial dentro de este sector, demostrarles por qué son empresarios y su importancia dentro de la economía salvadoreña.

Del 97% que conoce dicho programa, el 77% dijo no estar satisfecho del proyecto FAT y por ende de CONAMYPE<sup>19</sup>, pues cuando recurrieron a este proyecto no les ayudó a recibir más ingreso, ni a mejorar técnicas de producción y se quejaron de haber puesto el 20% de la consultoría recibida.

Lo anterior se debe a la falta de promoción y de información del proyecto, por parte de CONAMYPE, ya que la hubiere, las personas que recurren al FAT, establecerían en primer lugar la necesidad de la consultoría para luego recurrir a dicho proyecto. Además se que sugiere si lo hicieran de manera asociativa, no percibirían la inversión del 20% en sus egresos.

---

<sup>19</sup> Al realizar las encuestas se pudo percibir en parte de la población al escuchar hablar del FAT no reconocían mucho el proyecto, sin embargo al mencionar a CONAMYPE, podían con facilidad identificarlo.

### **1.2.3.2 Fondo de Asistencia para Proyectos Asociativos Competitivos (FAT/PAC)**

Para comenzar a explicar el mecanismo de desarrollo del Fondo de Asistencia Técnica para Proyectos Competitivos, se expondrá la información que se obtuvo de CONAMYPE a través de entrevistas a personas que laboran en la institución y de visitas a su sitio en la Web; y posteriormente se realizará un análisis de la incidencia del FAT/PAC en la población estudiada.

El FAT/PAC es un mecanismo que incentiva y promueve el desarrollo de proyectos asociativos, a través de un co-financiamiento al desarrollo de las diferentes actividades que se requieren en el proyecto asociativo.

*Un proyecto asociativo* es todo el conjunto de acciones sistemáticas desarrolladas por un grupo integrado por al menos ocho empresas productoras de bienes o servicios, interesadas en mejorar y/o desarrollar la competitividad de las mismas.

El Fondo de Asistencia Técnica para Proyectos Asociativos Competitivos (FAT/PAC), tiene como objetivo: que las empresas, *a través de la asociatividad*, logren desarrollar metas comunes al grupo y a cada una de ellas, ya sea incorporando nuevas tecnologías en los procesos productivos, o modernas técnicas de gestión y comercialización que les permitan aprovechar nuevas oportunidades de mercado.

**CUADRO 1.3**

**Etapas que comprende un Proyecto Asociativo Competitivo**

Etapa	Cofinanciamiento	En qué consiste	Tiempo de Duración
Preparatoria	El cofinanciamiento en esta etapa es de un 80% del costo total de las actividades que se requieren en la misma; no incluye el diagnóstico que se realiza para identificar las potencialidades de las empresas y sus posibles vinculaciones entre ellas, el cual, es financiado en un 100% por el fondo.	Es una etapa previa a la constitución de un proyecto asociativo, donde se realizan: un proceso de sensibilización de los empresarios; un diagnóstico individual y grupal de las empresas para identificar las potencialidades asociativas de las mismas; un plan de actividades asociativas, orientado a fortalecer las relaciones de confianza entre los miembros del grupo asociativo; se consolida el grupo asociativo; se genera una propuesta de proyecto asociativo para ser abordado en la etapa posterior.	Hasta 9 meses
Desarrollo	Durante esta etapa, el cofinanciamiento no podrá ser superior al 75% del costo total, que se requiere para desarrollar todas las acciones durante el primer año, e irá disminuyendo cada año, hasta llegar a un 65% en el tercer año.	Es el conjunto de acciones sistemáticas de carácter asociativo, que se realizan con el objeto de lograr metas comunes al grupo y a cada una de las empresas miembros del grupo. Se evalúa el proyecto asociativo; se establece un contrato entre la ventanilla y los empresarios miembros del grupo asociativo para ejecutar el proyecto.	Hasta 3 años
Proyecto Específico	Todas las acciones que se realicen en esta etapa serán cofinanciadas hasta un 40%	Se considera la tercera fase del proyecto asociativo en la que se realizan cofinanciamiento para un plan de trabajo adicional que requiera el proyecto.	Hasta 2 años

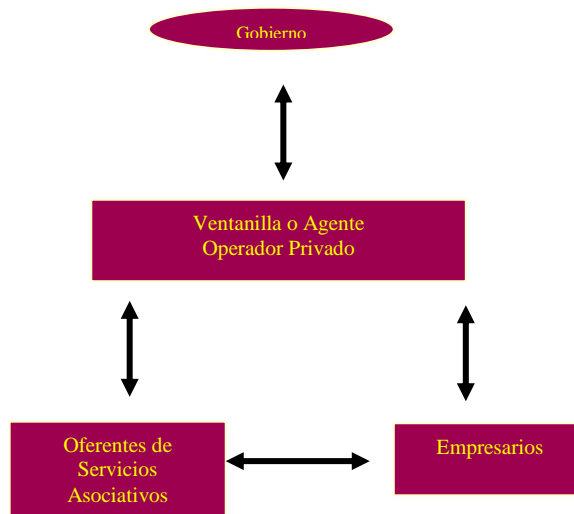
Fuente: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).

### Requisitos para acceder al FAT/PAC

- Ser empresario de los sectores Industria, Comercio, Servicios o Agroindustria.
- Las empresas deben tener como mínimo 12 meses de operación.
- Presentar ventas netas anuales no superiores a los \$676,000.
- Que el número de empleados no exceda a las 50 personas.
- Estar dispuesto a dar el aporte empresarial correspondiente según la etapa del proceso”<sup>20</sup>.

**FIGURA 1.1**

### Actores que participan en la Operación FAT/PAC



*Fuente:* Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).

Este proyecto, según su misión y objetivos debería ser más estimulado por el GOES, así como por CONAMYPE, ya que promueve la asociatividad entre los empresarios; y como se

<sup>20</sup> <http://www.conamype.gob.sv>



planteará más adelante, la asociatividad entre estas empresas podría ser una de las alternativas más viables, a fin de que beneficie al empresario en su incorporación exitosa al mercado internacional, con éxito y que empodere la economía de libre mercado en la que se ha inmerso El Salvador. Sin embargo, este proyecto no ha alcanzado su objetivo principal, ya que en los municipios encuestados se percibe la falta de iniciativa de asociarse entre empresarios artesanos. Más se percibió ésto en el municipio de Nahuizalco, pues cuando se preguntó si estaban asociados con otra empresa, casi el 95% respondió negativamente a esta pregunta. Se toma este parámetro para medir el alcance de este proyecto, considerando que es en la realidad donde se puede evaluar la efectividad de este tipo de proyecciones.

Diferente fueron los casos de La Palma, Guatajiagua, Ilobasco y San Sebastián, que cuando se preguntaba si estaban asociados con otra empresa, el 45% de esta población respondió afirmativamente, aclarando que se asociaban para participar en ferias donde tenían que vender un gran volumen de productos. Más adelante, se ahondará en el análisis y la importancia de la asociatividad en el sector MYPE.

Cuando se leen los proyectos, a simple vista se podría llegar a la conclusión de que los empresarios, sí cuentan con el apoyo del Gobierno; pero cuando se toman datos de una realidad existente, como es el caso de estos municipios, entonces es cuando se concluye que existe una falta de aplicabilidad de dichos proyectos para estos casos. Se puede percibir que los proyectos han sido diseñados con

diagnósticos erróneos, tomando en cuenta que el sector no ha tenido el despegue al incorporarse al sector exportador, ya que los artesanos buscan, por sus propios medios, mercados foráneos enfocados en Europa.

#### **1.2.3.3 Programa de Bonos de Capacitación**

Según información recopilada en CONAMYPE, "BONOMYPE es un programa que brinda asistencia a través de bonos de capacitación para la micro y pequeña empresa; surge mediante convenio de cooperación entre el BID/FOMIN y la Fundación para la Educación Integral Salvadoreña (FEDISAL).

FEDISAL, a su vez, en su carácter de entidad ejecutora del Proyecto, ha suscrito convenios específicos con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), mediante los cuales estas entidades se constituyen en cofinanciadoras.

El programa BONOMYPE inició en el año 2001 y continúa con el cofinanciamiento de CONAMYPE y con fondos del BID.

#### **Objetivo de BONOMYPE**

El objetivo general de BONOMYPE consiste en incrementar la productividad y competitividad del sector microempresarial de los departamentos de San Miguel, Usulután, La Unión, Morazán, San Vicente y La Paz, mediante la promoción de un mercado

sostenible de servicios de capacitación y asistencia técnica orientados a las necesidades de dicho sector.

### **Operatividad de BONOMYPE**

BONOMYPE, se define como un sistema de subsidio a la demanda mediante la modalidad de bonos de capacitación y asistencia técnica. El bono, cubre un máximo del 75% del costo de un servicio de capacitación y un máximo del 60% del costo de un servicio de asistencia técnica. Con este mecanismo, se espera dinamizar la demanda de las microempresas por Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), referidos únicamente a los servicios de capacitación y asistencia técnica.

### **Perfil del Beneficiario**

Micro y pequeños empresarios de la zonas de San Miguel, Usulután, La Unión, Morazán, San Vicente y La Paz, que pertenezcan a los sectores de comercio, industria y servicios, cuyos montos de ventas anuales no sobrepasen los \$68,571 y que empleen un máximo de 10 trabajadores, incluyendo al propietario. Asimismo, la unidad productiva deberá tener un mínimo de 6 meses de estar operando para acceder a los beneficios de BONOMYPE.

### **Pasos para obtener el Servicio**

- Acercarse a cualquiera de las oficinas de promoción de BONOMYPE o cualquiera de las ventanillas de promoción (INFOCENTROS de la región y cajas de crédito).

- Se le pedirá algunos datos para comprobar que el empresario beneficiario reúne los requisitos para optar al BONOMYPE.
- Entrega de un talonario conteniendo cinco bonos de quince dólares cada uno.
- Entrega de una lista de servicios de capacitación y asistencia técnica disponibles para que el empresario pueda hacer la selección.
- Una vez se elige el servicio, presentarse a la institución que lo ofrece para recibir toda la información adicional que necesite.
- Inscripción.
- La institución le informará cuando y donde se dará el servicio que ha elegido.
- Al recibir el servicio y que éste sea satisfactorio, el empresario deberá entregar el bono debidamente lleno y firmado al representante de la institución capacitadora y pagar la parte que le corresponde.

#### **Tipos de Capacitación**

- Área administrativa: mercadeo, finanzas, servicio al cliente, etc.
- Área productiva.

#### **Costo y Tiempo**

Cada bono tiene un valor fijo de quince dólares de subsidio y un mínimo de cinco dólares como aporte del empresario.

El tiempo dependerá del curso que se elija dentro del menú de capacitaciones.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> <http://www.conamype.gob.sv>

Este proyecto no es conocido en la población encuestada, del 100%, sólo apenas un 5% conoce el Programa de Bonos de Capacitación.

La diferencia entre este proyecto y el FAT reside en que el FAT es un programa de consultorías; éste es un proyecto de capacitaciones dentro del cual se cuenta con un menú de capacitaciones. Con el FAT, se puede solicitar consultorías de cualquier tema que tenga que ver con desarrollo empresarial; en el BONOMYPE, se tienen previamente establecidos los temas de capacitación.

#### **1.2.3.4 Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART)**

En los municipios de La Palma, Nahuizalco, San Sebastián, Guatajiagua e Ilobasco, están funcionando los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART), a través de los cuales se está brindando, a los artesanos de dichos municipios y de algunas zonas aledañas, servicios de capacitación y asesoría puntual en áreas de innovación de diseños, técnicas de empaque, de mercadeo, técnicas de producción, cursos de computación y uso de computadoras para obtener información sobre mercados, materias primas, hacer negocios, exponer sus servicios; cursos de inglés que les permita a los empresarios facilitar la comunicación con el turista y empresarios extranjeros.

Los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART), son un concepto de proyecto de desarrollo económico local y sectorial. Local,

en tanto se sitúa en el municipio donde se concentra el núcleo artesanal beneficiario, y coordina acciones con el gobierno municipal e instancias locales. Y sectorial, porque se dedica a la especialización funcional y a la división de trabajo.

Dentro de este programa, se conjugan diversos actores entre los cuales se puede mencionar: La Cámara Salvadoreña de Comercio y la Industria, Aid to Artisans, USAID, FAT, y por supuesto los artesanos salvadoreños.

El CEDART ofrece los siguientes servicios:

#### **Oferta de Servicios de CEDART**

- **Comercialización:** sala de ventas, catálogo de productos, ferias, ruedas de negocios, asesoría mercadológica.
- **Asistencia Técnica:** diseño artesanal, técnicas de producción, embalaje y empaque; normas de calidad.
- **Capacitación:** informática, inglés, gestión empresarial.
- **Organización empresarial:** procesos asociativos.<sup>22</sup>

El CEDART, sí ha tenido un gran impacto en el sector, es muy reconocido; sin embargo, dentro de la población encuestada, se observó un aspecto muy interesante: El 96% de la población conoce los Centros de Desarrollo Artesanal, pero no los relacionan como una parte de un proyecto gubernamental. De hecho, cuando se mencionaba que era un proyecto

---

<sup>22</sup> La información del CEDART fue obtenida a través de entrevistas realizadas a los asesores de cada Centro en particular, los de La Palma, Nahuizalco e Ilobasco.

gubernamental, el asombro se hacía notar y dejaba formular la siguiente premisa: la gestión de los proyectos gubernamentales crean incertidumbre e incredulidad en la población a la que va dirigida o sea en los sectores con ingresos bajos. Pero es que, en el caso de El Salvador, tener por casi siempre a gobernantes que hacen caso omiso a las necesidades de la ciudadanía, ignorando el clamor por el empleo, por la educación, la salud, la seguridad, el bienestar social, etc., provoca esa apatía a los programas y proyectos que elabora el gobierno salvadoreño. Y más con estos programas y proyectos, que no son impulsado para sanar algunas de la necesidades mas palpables y sentidas en los sectores más vulnerables de la "sociedad salvadoreña", si no para retener la cooperación internacional que exigen como requisito este tipo de actividades sociales.

Tal ha sido el caso de los programas y proyectos que dirige el Ministerio de Economía en conjunto con CONAMYPE, para las micro y pequeñas empresas artesanales; pues éstas enfrentan necesidades que en los proyectos se reflejan, pero en la puesta en marcha y ejecución de los mismos, no se ven resultados efectivos que atiendas esas demandas.

En El Salvador existen una cantidad muy significativa de proyectos y programas dirigidos al sector de la micro, mediana y pequeña empresa artesanal; desafortunadamente no todos ellos son conocidos por la población a la que van dirigidos. Eso frena el desarrollo del sector, puesto que a partir de su divulgación y conocimiento dependerá el éxito de los mismos. Además, dependen a su vez, en gran medida de la

elaboración de diagnósticos acertados, coherentes a las necesidades *REALES* de la población destinataria.

La debilidad en el impacto de los programas y proyectos que promueve el GOES recae en diferentes factores:

1. La poca credibilidad que dan las instituciones gubernamentales encargados de proyectos dirigidos al desarrollo.
2. La falta de promoción de dichos programas en el sector artesanal; lleva a un desconocimiento de la existencia de los mismos.
3. La errónea focalización de las necesidades del sector.

Se menciona la falta de credibilidad que dan las instituciones gubernamentales, refiriéndonos primordialmente al servicio y atención que se recibe de dichas instituciones. Los artesanos, para poder registrarse y recibir capacitación o asistencia, ya sea técnica o financiera; tienen que someterse a procesos largos y burocráticos que frenan su interés personal y sectorial.

La falta de credibilidad en los programas y proyectos que gestiona el GOES, se debe al abandono real que ha sufrido este sector durante tanto tiempo; y ahora lo que ve es una improvisación, una emergencia pues como vienen encima los TLC's el GOES ha lanzado varios proyectos de enfoque al desarrollo local y, por ende, a la producción de bienes exportables, atractivos en el exterior.



#### **1.2.3.5 Caja de Herramientas**

La Caja de Herramientas, es un sistema de información que integra contenidos y aplicaciones prácticas que facilitan y contribuyen a mejorar el desempeño de las MIPYME.

Como lo dice su nombre es un "recurso" informático con el que cuentan los empresarios para tener "fácil acceso" - eso si los que recurren a dicho herramienta tienen conocimiento básico en computación y en el uso de Internet-. Esta caja de herramientas se encuentra en la barra de menú principal de la página Web de CONAMYPE.

#### **Antecedentes de la Caja de Herramientas**

- La primera Caja de Herramientas de gestión empresarial para MIPYME fue creada por la Agencia de Cooperación Técnica Alemana (GTZ) y fue establecida, en noviembre de 1998 en Perú.
- En octubre del año 2000, CONAMYPE en coordinación con la GTZ y los INFOCENTROS inició la construcción de dos estructuras temáticas que contienen información y aplicación para dos tipos de usuarios:
  1. Empresarios MIPYME
  2. Técnicos, consultores, estudiantes y público en general.
- A partir de 2001, se inició un proceso de construcción de cajas de herramientas en el ámbito centroamericano con la participación de Honduras, Guatemala y Nicaragua en el primer taller realizado en Tegucigalpa.

- Para enero de 2002, se realizó el segundo taller regional donde se incorporó República Dominicana y El Salvador, dando paso a la conformación de la Red de Caja de Herramientas de Centroamérica y el Caribe.

### **Estructura de la Caja de Herramientas**

Se ha predefinido una estructura temática que servirá de base para el desarrollo de contenidos y aplicaciones de utilidad práctica que está a disposición en el sitio Web de CONAMYPE, así como en un CD para que pueda distribuirse a: gremios, instituciones intermediarias, empresarios y otros involucrados con el sector.

### **Contenido de la Caja de Herramientas**

La Caja de Herramientas cuenta con cinco grandes líneas temáticas:

- Cómo iniciar una empresa.
- Cómo administrar mi empresa.
- Instituciones y programas de apoyo.
- Tratados comerciales.
- Leyes que tienen incidencia en la MIPYME.

Se mencionó en un principio que éste es un recurso informático, al cual se tiene fácil acceso, lastimosamente no todos pueden tener acceso a este recurso: aquellos que no conocen una computadora, aquellos que no pueden acceder a internet por motivos de conocimiento y por motivos económicos, aquellos que no pueden leer, aquellos que no pueden escribir, éstos son los que no pueden tener acceso a

este recurso, por ende, no es un recurso accesible para todos.

En los artesanos, la caja de herramientas, no ha tenido un impacto exitoso, ya que éstos no tienen conocimiento de la existencia de este recurso. El 100% de la población encuestada respondió "no" cuando se preguntó acerca del conocimiento de la caja de herramientas.

El GOES, debería de ser muy cuidadoso con los programas que implementa; en primer lugar, porque antes de formularlos hay que realizar un diagnóstico eficiente, que señale las necesidades reales del sector al que va dirigido. En parte, porque el éxito de estos proyectos depende del alcance a cubrir en cuanto a necesidades; además porque muchos de estos proyectos son financiados por agentes cooperantes, quienes esperan que estos proyectos sean efectivos.

Es evidente que no todos tienen acceso a la información, principalmente aquella que se tiene que obtener a través de herramientas como lo es el Internet. Las exigencias del sistema en el que nos han sumergido son cada vez más grandes para todos, es por ello que sigue ensanchándose la brecha entre los capacitados y los no tan capacitados, realidad de la cual los artesanos no están exentos. Es por ello, que los programas y proyectos que realiza el GOES no son para todos aquellos que quieran acceder a ellos, es por eso que no están diseñados de acuerdo a las necesidades de los artesanos.

No cabe duda de la existencia de los programas y proyectos que impulsa el GOES hacia el sector exportador; sin embargo, éstos no logran incentivar al sector artesanal ni siquiera a producir. Es triste ver la realidad de nuestros artesanos, que cuentan con un potencial muy grande tanto en nuestro país como en el exterior.

#### **1.2.3.6 Centros de Información y Documentación**

Los empresarios, los técnicos que trabajan con la MYPE y los investigadores en general cuentan con un Centro de Información y Documentación en CONAMYPE; el cual les ofrece información sobre la MYPE, los servicios de instituciones que trabajan con el sector, un registro de consultores en el tema MYPE, una caja de herramientas que contiene aspectos de gestión empresarial, entre otros.

#### **1.2.4 Programas y Proyectos Promovidos por el MINEC**

Los programas y proyectos promovidos por el MINEC, verdaderamente no han generado impacto entre los artesanos. Cuando se les preguntaba si conocían y si habían recurrido a algunos de los programas que se mencionarán enseguida, los cuales son promovidos por el MINEC, el 100% respondió en forma negativa a esta pregunta.

El GOES mediante el MINEC ha creado el Programa de Promoción de Exportaciones para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (EXPRO), que está diseñado para dar apoyo a este sector.

Los programas son:

- Clusters.
- Trade Point.
- Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX).

#### **1.2.4.1 CLUSTERS**

Se define CLUSTERS como un grupo asociativo en los cuales se encuentran: agrupaciones de empresas, organizaciones e instituciones dentro de un área geográfica determinada, asegurando la asociatividad entre:

- Productores y comercializadores.
- Proveedores de los insumos.
- Proveedores de infraestructura económica.

#### **Objetivo de los Clusters**

Generar factores de competitividad (precio, volumen, calidad, entrega oportuna, innovación tecnológica, etc.), que aseguren el posicionamiento y permanencia de esos bienes de consumo y/o servicios en mercados estratégicos seleccionados.

#### **Metodología de los Clusters**

- Sensibilización.
- Organización.
- Operativización.

- Consolidación.

#### **1.2.4.2 Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX)**

EL FOEX, es producto de una iniciativa del GOES a través del MINEC, con fondos provenientes del Convenio de Préstamo con el Banco Mundial BIRF N° 3946-ES, para fomentar el desarrollo de las exportaciones para la Pequeña y Mediana Empresa, a través del con financiamiento no reembolsable hasta del 50% del costo de cada actividad elegible dentro de un proyecto exportador, hasta un monto máximo de quince mil dólares para empresas individuales y veinte mil dólares para cada una de las empresas en un proyecto asociativo, con un mínimo de participación de cuatro empresas.

#### **Objetivos del FOEX**

- Potenciar el desarrollo exportador de la PYME salvadoreña.
- Divulgar, promocionar y posicionar en las PYME y organizaciones afines, el modelo del Fondo de Fomento a las Exportaciones.
- Fomentar la generación de proyectos exportadores.
- Facilitar la ejecución de proyectos exportadores.

#### **Perfil del Beneficiario**

Todo tipo de empresas, personas naturales y jurídicas en forma individual o grupos asociativos constituidos por al menos cuatro empresas de características similares o complementarias, del sector privado nacional, dedicadas a la

producción de bienes o servicios, cuyas ventas anuales sean mayores de \$68,571 y menores de USA \$ 3 millones y que tengan entre 10 y 100 empleados.

#### **Requisitos para acceder al FOEX**

- Copia de escritura de constitución de la sociedad y constancia de matrícula de empresa y establecimiento vigente, y asiento de matrícula con sus respectivas renovaciones.
- Número de identificación tributaria.
- Poderes vigentes de los socios y fotocopias de documentos de identidad.
- Dos últimos estados financieros auditados.
- Balance de comprobación más reciente (antigüedad, no mayor a 2 meses).
- Declaración de renta e IVA del último ejercicio fiscal.
- Plan de negocios orientado a la promoción de exportaciones, en los formularios del programa.
- Suscripción formal de estar dispuestos a asumir el compromiso de cofinanciamiento respectivo.

#### **1.2.4.3 Trade Point**

Es un centro de facilitación de las exportaciones, a través de servicios de comercio exterior especializados, que apoyado con un portal de acceso a redes mundiales, permite el intercambio de información, identificación de oportunidades de negocios y proyección internacional de las empresas participantes.

El fin de este instrumento es facilitar y apoyar el proceso de internacionalización de los productos de las PYME salvadoreñas, a través de la presentación de servicios especializados en comercio internacional para enfrentar los retos de la globalización. Los lineamientos para la aplicación de un TRADE POINT son: la factibilidad de exportación, perfil del producto, perfil del mercado, perfil del negocio, formulación del plan de exportación.

#### **Antecedentes del Trade Point**

Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en Febrero de 1992. Actualmente existen 150 Trade Points en 90 países coordinados por la Federación Mundial de Trade Points.

#### **Objetivos del Trade Point**

- Facilitar la participación de la PYME en el mercado internacional.
- Promover el acceso a la PYME a servicios de información especializados en comercio exterior a costos razonables.
- Proporcionar información valiosa para la PYME en la toma de decisiones para su actividad exportadora.<sup>23</sup>

Se puede concluir, acerca de los tres proyectos que promueve el MINEC, que ninguno tiene incidencia en el sector artesanal, pues aquí no conocen los programas del MINEC.

---

<sup>23</sup> Para la descripción de los programas y proyectos se ha utilizado como fuente los sitios de la web: [www.minec.gob.sv](http://www.minec.gob.sv) y [www.conamype.gob.sv](http://www.conamype.gob.sv).



Esto parece ser contradictorio, ya que dichos proyectos tienen como finalidad y objetivo promover las exportaciones, y todos los artesanos que fueron encuestados tienen como objetivo ingresar al mercado internacional, sin embargo, el 100% no tiene acceso a esta información, habiendo algunos (dentro de esta población) que en la actualidad exportan de forma individual y asociativa, y se han respaldado en proyectos como el CEDART y AID TO ARTISANS.

### **1.3 PROGRAMA DIRIGIDO A LAS MIPYMES PROMOVIDO POR LA EMPRESA PRIVADA**

La empresa privada como promotora del desarrollo empresarial salvadoreño, no se queda atrás en el impulso a los micro, pequeños y medianos empresarios con iniciativa a exportar, pues ha creado un programa completo de asesorías para aquellos decididos a ingresar al mercado internacional.

En este afán se creó el Programa de Apoyo de Formación para la Internacionalización de las Empresas Salvadoreñas (AFIS) , que cuenta con el soporte de la Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador, USAID, EXPRO, etc.

Este programa que se presentará a continuación quizá sea el programa más completo encontrado a lo largo de la investigación, pues motiva y guía al empresario en el proceso de exportación. La ineficacia que dejan los programas promovidos por el GOES se debe en parte al desaprovechamiento

de los mismos. No existe una capacidad financiera para acceder a ellos, además exigen una serie de requisitos que las empresas deben cumplir para demostrar que son aptas para diseñar y manejar un programa de producción financiado con base en un préstamo. De esta forma los programas más exitosos para el apoyo a la MIPYME, parecen ser aquellos, como el AFIS, que llevan de la mano a la empresa durante todo su proceso de gestación, hasta que logra incorporarla al mercado internacional.

Sin embargo, se recae en el mismo obstáculo, el recurso financiero pues para acceder a este programa es no tangible a la disposición financiera que manejan las MIPYMES.

Se ha tomado información del programa AFIS, a través de materiales que brindan en la CAMARASAL, además de una entrevista realizada a la coordinadora del programa. Esta información es presentada a continuación.

### **1.3.1 Programa de Apoyo de Formación para la Internacionalización de las Empresas Salvadoreñas (AFIS)**

Este es una de las primeras herramientas creadas en El Salvador para preparar a micro, pequeños y medianos empresarios para que puedan ingresar a los mercados internacionales.

Es un programa generado por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, con la utilización de una metodología innovadora especialmente diseñada para las pequeñas y

medianas empresas, que buscan desarrollar su capacidad exportadora. Actualmente, el Programa AFIS cuenta con el auspicio de EXPRO, Programa de Promoción de Exportaciones, de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID. EL programa apunta a mejorar la cultura de negocios de las empresas, con el fin de ayudarles a que identifiquen su posición competitiva y que pueda acceder de manera permanente a los mercados externos.

### **Funcionamiento del AFIS**

EL programa asiste a las pequeñas empresas en un proceso que consta de tres fases, las cuales se detallan de la siguiente manera:

- Fase I Análisis del potencial competitivo para la exportación "ACPE".
- Fase II Plan individualizado de exportación y plan operativo.
- Fase III Visita al mercado objetivo.

### **Fase I. Análisis del potencial competitivo para la exportación "APCE"**

#### **Objetivo**

Ayudar a la empresa a realizar un análisis de su situación actual y de su posición competitiva en el mercado, siguiendo un método específicamente diseñado para ello, y contando con la asistencia de un profesional preparado y formado para tal efecto.

Lo anterior le permitirá al empresario detectar lo siguiente:

- Fortalezas y debilidades de la empresa.
- Posición que ocupa ésta respecto a su sector.
- Estrategia mas apropiada para mejorar la posición en el mercado.
- Grado de preparación de la empresa para exportar.

#### **Duración de la primera fase**

Esta fase tiene un período de 2 meses, durante los cuales se realizan 25 horas de tutorías en reuniones individuales y cuenta con el seguimiento permanente, por parte de la Coordinación General del programa AFIS.

#### Índice del contenido del APCE:

1. Evaluación de la situación de la empresa y su entorno
2. Análisis estratégico.
3. Definición de objetivos de la empresa.
4. Generación y elección de estrategias.
5. Diagnostico del potencial exportador.

#### **Fase II. Plan individualizado de exportación y plan operativo**

##### **Objetivo**

Diseñar un Plan de Exportación y desarrollar un Plan Operativo con el fin de obtener lo siguiente:

- Definición de los mercados para comercializar los productos en el exterior.
- Análisis de información de los mercados seleccionados.
- Establecer los lineamientos necesarios para ejecutar la salida de sus productos a mercados externos, considerando aspectos como: competencia y segmentación de los clientes, oferta -precio, canales de distribución

y promoción, conveniencia de la participación en ferias o misiones entre otros.

- Definición de las estrategias producto-mercado.

### **Duración de segunda fase**

Esta fase tiene un período de 6 y 7 meses, durante los cuales se realizan reuniones individuales entre el ASESOR AFIS y el empresario, hasta un máximo de 70 horas.

#### Índice del contexto del Plan de Exportación:

1. Estrategia de acceso al mercado.
2. Plan de búsqueda de información.
3. Prospección y elección del mercado objetivo.
4. Plan de mercado (política de producto, de precio, distribución y promoción).

### **Fase III. Visita al mercado objetivo**

En esta fase, el empresario tiene la opción de realizar una visita a alguna feria de su interés, o al país definido en su Plan de Exportación, con el propósito de realizar una prospección de mercado, o misión de comercial con los objetivos de:

- Constatar información recopilada en el plan.
- Conocer posibles clientes.
- Verificar información de la competencia.
- Reconocer los canales de distribución.

- Appreciar el merchandising utilizado en los diferentes canales de distribución.

Las empresas que deseen participar en este programa, contarán con financiamiento parcial de los costos de todo el programa; y pueden participar las pequeñas y medianas empresas que con mínima o sin experiencia exportadora, busquen acceder a otros mercados y que dispongan de un(os) producto(s) para ser exportado(s).<sup>24</sup>

Se puede apreciar que el AFIS, es un programa muy complejo y completo a la vez; y no va dirigido para todos los empresarios interesados, debido a que se tiene que ser miembro de la Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador para poder acceder a él.<sup>25</sup>

Además, por el tiempo y la inversión que lleva, el programa AFIS va dirigido a empresarios decididos a internacionalizar sus productos.

Puede ser una opción para los artesanos recurrir a programas como el AFIS, pero si realmente logran asociarse, debido a que la inversión puede resultar muy alta a largo plazo, y pueden lograr mejores oportunidades en el exterior.

### **1.3.2 CAMARA SALVADOREÑA DE ARTESANOS/AS (CASART)**

---

<sup>24</sup> Fuente: Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador.

<sup>25</sup> Para ser miembro de la Cámara de Comercio y la Industria de El Salvador, se tiene que pagar una membresía la cual, cabe mencionar, no esta al alcance de todos los empresarios cubrirla.

CASART se originó en octubre del año 1998, a partir del Programa de Desarrollo de las Artesanías -PRODESAR- que fue financiado por la Unión Europea desde 1989 hasta 1998.

CASART es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, apolítica, que contribuye al desarrollo integral del sector artesanal de El Salvador, a través de servicios financieros y no financieros, en éstos últimos se incluyen capacitaciones, asistencia técnica, eventos de comercialización, comercialización a través de la tienda y marca comercial "Guacal" de Artesanías.

Entre los eventos de comercialización se encuentran 2 ferias a escala nacional: a) La Feria Nacional del Barro, que para el 2006 es la XII y b) La Feria Nacional de Innovación Artesanal, que se convierte en X.

que tradicionalmente han tenido presencia en la feria son: Santo Domingo de Guzmán, Ilobasco, Guatajiagua, Apopa, Guazapa, Atiquizaya (Cantón San Juan El Espino), San Juan Nonualco, San Rafael (Chalatenango), Nahuizalco, entre otros.

### **EL ROL DE CASART**

CASART desarrolla una estructura organizativa especializada de apoyo artesanal en servicios financieros para favorecer la inversión de las unidades productivas y servicios no financieros, especialmente en las áreas de capacitación, asistencia técnica, organización empresarial y gremial así como en el área de mercadeo y venta; todo lo anterior con el

fin de volver más competitivos a los microempresarios artesanos salvadoreños.

Ofrece una cobertura de servicios según el nivel de desarrollo del microempresario artesano y servicios especializados en las áreas de: Capacitación en gestión empresarial (producción, comercialización, administración y manejo financiero); asistencia técnica especializada en diseño artesanal para el desarrollo de nuevos productos, entre otros.

Los servicios financieros consisten en un programa de créditos exclusivo para artesanos, política de crédito es competitiva en términos de plazos, destinos, intereses, montos y garantías. Asimismo el otorgamiento de crédito va acompañado de capacitación y asistencia técnica integral para los productos crediticios de: inversión en capital de trabajo, formación de capital, estacionarios, y una línea de créditos de oportunidad de corto plazo hasta por un 50% del valor de pedido de artesanías. Como beneficio de carácter social con costo adicional, acceso a seguro de vida que oscila entre los US\$3000 y US\$9000 por el mismo costo.

Para acceder a todos estos servicios, se puede hacer como no afiliado y como afiliado a CASART, para ser miembro de la Cámara se requiere tener una microempresa artesanal activa ya sea como persona natural o jurídica y de ubicación estable en cualquier lugar del país además de ser mayor de 18 años, tener un año como mínimo de experiencia en la elaboración de un bien artesanal (sea persona natural o jurídica), tener un taller artesanal activo por un período de seis meses mínimo,



clasificar dentro de los subsectores artesanales que define CASART.

Los artesanos interesados en acceder a estos servicios deberán llenar una solicitud con los datos arriba descritos, además se requiere cancelar una membresía y mensualidad según nivel de cobertura de servicios (básico, intermedio y avanzado). La solicitud de afiliación será analizada para ser aprobada por la Junta Directiva de CASART.

CASART cuenta además con la tienda y marca comercial Guacal de Artesanías, que toma su nombre en simbolismo de que funciona como un contenedor de la oferta artesanal salvadoreña que se diferencia del resto por su calidad y variedad.

#### **1.4. LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y LAS MIPYMES**

Como estudiantes de Relaciones Internacionales consideramos imprescindible observar el involucramiento de la cooperación internacional en el desarrollo de las MIPYMES en general puesto que la cooperación ha propiciado expectativas en este sector, siendo conocido que estas empresas impulsan proyectos y a su vez los ejecutan con éxito, siempre y cuando estén supervisadas por el mismo inversionista. En varias ocasiones, en el país se han creado proyectos y programas que han fracasado debido a la poca capacidad de las personas encargadas de ejecutarlos. La debilidad de ello, tal y como lo mencionáramos con anterioridad, se debe a la falta de diagnósticos reales en la elaboración de un proyecto; y esto pasa muchas veces con los proyectos de cooperación internacional, pues en una u otra institución, por tal de

recibir fondos, se elaboran proyectos sin un diagnóstico adecuado o real que reflejen las necesidades a cubrir, y, en el momento de la evaluación del proyecto, desafortunadamente no se obtienen los resultados esperados y es por ello que se está perdiendo la valiosa ayuda e interés internacional.

Es importante hacer ver a las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que la cooperación internacional puede ser una alternativa y una herramienta para el desarrollo de algunos sectores necesitados, como lo es el sector MIPYME y artesanal, pero su valor se basa en el buen uso de los recursos que de ella se recibe. Valga hacer la aclaración de que no estamos planteando que se visualice a la cooperación como solución a todos nuestros problemas sociales y económicos, la cooperación es un soporte complementario de los involucrados en el proceso.

En el acápite que sigue se estudiarán varios proyectos derivados de la cooperación internacional cuyo interés es el sector de mediana y pequeña empresa exportadora artesanal.

#### **1.4.1 Cooperación dirigida por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo**

##### **USAID EXPRO**

USAID-EXPRO es un programa de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID, para apoyar y promover las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas artesanales y en general, hacia los Estados Unidos y

otros mercados internacionales. De esta manera, se les ayuda a aprovechar las oportunidades que se abren con la liberalización del comercio internacional.

El programa es implementado por un equipo de consultores nacionales e internacionales. La implementación del programa se efectúa mediante colaboraciones institucionales de las primeras entidades de contrapartida que son, el Ministerio de Economía y CENTROMYPE, y demás entidades del gobierno de El Salvador, cámaras, asociaciones gremiales, ONGs, universidades y otras instituciones del sector privado interesadas en promover las exportaciones del país.

#### **Objetivos**

- Fomentar la competitividad empresarial a través de capacitación, asistencia técnica, investigaciones de mercado y cofinanciamiento para ejecutar planes de exportación.
- Expandir las exportaciones de las empresas salvadoreñas a través de la participación en ferias, misiones comerciales y otros eventos en el exterior.
- Proporcionar servicios de apoyo a la exportación, como entrenamientos específicos sobre normas de calidad, requisitos de etiquetado, empaque y otros.
- Promover la formación de alianzas internacionales para proveer información técnica y otros servicios para sostener la competitividad de las empresas salvadoreñas en el futuro.

#### **Prioridades sectoriales del programa**

1. Agroindustria y productos alimenticios, incluyendo étnicos, orgánicos y especialidades.
2. Artículos domésticos y decorativos, regalos artesanías.
3. Muebles y otros productos de madera.
4. Productos farmacéuticos y cosméticos, productos de limpieza.
5. Otras manufacturas.
6. Servicios, incluyendo: Turismo receptivo; desarrollo de software; call centers; servicios de comercialización y logística; servicio de diseño; servicios financieros servicios de capacitación; otros servicios profesionales diversos; venta de franquicias

#### **Requisitos para poder obtener los servicios de EXPRO**

Para poder obtener los servicios de EXPRO, son indispensables los siguientes requisitos:

1. Querer exportar hacia cualquier mercado definido, y tener el potencial para hacerlo;
2. Estar produciendo y comercializando un rubro con potencial exportador;
3. Estar dispuesto a proporcionar la información básica necesaria para demostrar elegibilidad como usuario del programa, y para medir el impacto de la asistencia otorgada;
4. Tener sus principales actividades ubicadas fuera del municipio de San Salvador. Con especial atención para las empresas ubicadas en los departamentos más severamente afectados por los

terremotos de 2001. Y finalmente, tener 100 o menos empleados permanentes.”

#### **1.4.2 AID TO ARTISANS (ATA) Organización No Gubernamental Internacional**

ATA, son las siglas de Aid to Artisans, la cual es una organización internacional no gubernamental, cuya labores, como su nombre en inglés lo menciona (AID TO ARTISANS), ayudar o auxiliar a los artesanos; y en este caso, ha venido a El Salvador a apoyar aproximadamente a 2,500 artesanos en todo el país y principalmente en los departamentos que se destacan por la producción de artesanías como Chalatenango, Guatajiagua, Sonsonate, La Libertad. Esta organización trabaja juntamente con USAID, CONAMYPE y el Ministerio de Economía de El Salvador.

ATA es un programa muy exitoso en El Salvador; debido al apoyo que ha brindado a los artesanos salvadoreños, éstos han podido llevar sus productos a ferias internacionales a nivel mundial en países como Alemania, Francia, Estados Unidos y Canadá, en donde han logrado mostrar y vender artesanías salvadoreñas.

El ATA coloca el producto salvadoreño en centros de distribución a nivel mundial, con la colaboración de distintos agentes externos participantes.

Además es un proyecto que refleja buena aceptación entre los artesanos, pues el 65% de la población estudiada conoce y ha

sido partícipe de las consultorías y ferias promovidas por ATA, con colaboración del CEDART.

El 55% aceptó estar satisfecho de la ayuda que les ha brindado ATA, ya que las técnicas en mejoras de diseño en sus productos han propiciado una mejora en las ventas y en la aceptación del producto tanto local como internacionalmente.

Los artesanos mencionaban, que el ATA les han enseñado técnicas muy simples y prácticas por las cuales han visto buenos resultados.

#### **ORIGEN Y FUNCION DE ATA**

Esta organización fue fundada en 1974, y es sin fines de lucro, dedicada a crear oportunidades económicas para artesanos en países en vías de desarrollo. Apoya tradiciones artísticas y otras prácticas que ayudan a mejorar niveles de vida. Los consultores en diseño y en actividades empresariales, los voluntarios, y empleados y los miembros de la junta directiva combinan esfuerzos para ayudar a empresas artesanales nuevas y establecidas a competir en el mercado global.

#### **Misión de Aid to Artisans**

ATA es una organización sin fines de lucro que ofrece asistencia práctica a grupos artesanales a nivel mundial, trabajando en conjunto; ATA proporciona beneficios económicos sostenibles y sociales a artesanos de una con sensibilidad al medio ambiente y respetuosa de la cultura.

### **Cuál es el trabajo que realiza Aid to Artisans**

Crean empresas sostenibles ofreciendo asistencia práctica en:

- Diseño y desarrollo de productos.
- Entrenamiento en preparación para el mercado y mercadeo en ferias.
- Desarrollo de nuevos mercados locales, regionales e internacionales.

Al trabajar con productores locales, exportadores, transportadores, proveedores de materias primas y compradores de artesanías, ATA cumple su enfoque que es: "Del Productor al Mercado". De este modo, integra a los productores en sistemas de distribución alrededor del mundo, desarrollando nuevos mercados y posibilidades de crecimiento a largo plazo.

### **El Enlace con el Mercado**

A través del enlace con el mercado, ATA ofrece recursos de mercadeo y los beneficios de una amplia red de contactos dentro de los Estados Unidos y Europa, para ayudar a los artesanos a relacionarse con compradores importantes. Los artesanos aprenden la importancia de desarrollar sus propias relaciones duraderas de negocios.

Los nuevos productos son ofrecidos directamente a compradores en prestigiosas ferias internacionales como la New York Internacional Gift Fair. Esta es una nueva feria para importadores directos que se desarrolla en Alemania, Los Ángeles y Sudáfrica. Los artesanos reciben preparación para

el mercado, desarrollan nuevas habilidades y adquieren conocimientos vitales sobre esta plaza.

Entre los temas tratados se incluye:

- Expectativas de los compradores.
- Costeo y precio.
- Exportaciones.
- Desarrollo de Producto.
- Promoción.
- Tendencias.

Las discusiones generadas por las temáticas y las evaluaciones de producto proporcionan consejos y guías específicas.

#### **Programa de Subsidios (proyecto vigente a la fecha)**

Adicional a los proyectos principales como los apoyados por entidades gubernamentales, corporaciones y fundaciones, el Programa de Pequeños Subsidios de ATA ayuda directamente a los artesanos. Cada año entrega aproximadamente 50 subsidios desde \$500 hasta \$1500 dólares para ayudar a los grupos artesanales en la compra de equipos y materiales.

#### **Financiación**

El trabajo de ATA es posible por el apoyo de instituciones gubernamentales, fundaciones, corporaciones e individuos, así como por la participación activa de importadores y detallistas. Dentro de los contribuyentes mayores se incluyen: American Express Fundation, Euroasia Fundation, Ford Foundation, Corporación Financiera Internacional, Kellogg Fundation, Rockefeller Fundation, y la U.S. Agency



for Internacional Development. Los programas de ATA también son financiados por personas individuales generosas y fundaciones familiares.

### **Estructura de la Organización**

Está formada por una directiva, que la integran un presidente, un vicepresidente ejecutivo, un vicepresidente - finanzas y administración, un vicepresidente<sup>26</sup> de mercadeo y una junta directiva compuesta por 23 personas.

El trabajo de ATA es muy apreciado entre los artesanos, pues ha desarrollado talleres que ayudan a simplificar y a innovar técnicas en la producción artesanal. Este es un ejemplo de trabajo en conjunto y exitoso, pues con la ayuda de diferentes organizaciones y personas altruistas ésta puede ejecutar proyectos en zonas necesitadas. Además ATA, no trabaja sola como institución, sino que se involucra y participa en proyectos gubernamentales, tales son los caso con CEDART y el Ministerio de Economía.

---

<sup>26</sup> Información obtenida en una feria de las MIPYMES, realizada en noviembre de 2004 y tuvo lugar en la feria internacional de El Salvador.

## **Conclusión**

El sector artesanal salvadoreño, está enfrentando una serie de contradicciones provocadas por varios aspectos: en primer lugar, existen programas promovidos por el Gobierno salvadoreño, y lo hemos comprobado, destinados a este sector; sin embargo, dichos programas no han podido diagnosticar las necesidades primordiales que las MIPYMES artesanales demandan, y a ello se debe el debilitamiento en la promoción de sus proyectos. En segundo lugar, destaca la falta de credibilidad que generan estos proyectos promovidos por GOES, que según explicábamos, se debe a que se implementan sobre bases erróneas: improvisación y emergencia ante expectativas que resultan falsas por no contar con los productos y recursos para cumplir las demandas. Además, los gobiernos de ARENA tras dieciséis años de gobernar con políticas que no atacan las raíces de los problemas estructurales están presentando una imagen cada vez mas publicitaria, sin que atienda las necesidades populares mas vitales. De ahí, que se les niegue confianza en este tipo de programas

Consideramos que los proyectos elaborados y ejecutados por instituciones gubernamentales no han impulsado concretamente

el desarrollo del sector artesanal hacia la exportación de sus productos, se ha fracasado en el intento por dos valiosas razones: 1. No está plasmado en los proyectos el promover, vigorosamente, el valor que tienen los productos artesanales en el mercado exterior. Y a su vez el promover dichos productos a nivel nacional. 2. No hay un contundente proceso que motive e impulse a los artesanos a la exportación mediante un apoyo efectivo e integral, desde llevarlos de la mano durante todo el proceso de conocimiento, hasta coadyuvar para que se de una verdadera producción e inmersión en el mercado internacional.

Por otro lado, no se le puede restar importancia a la participación que ha tenido tanto la cooperación internacional como la empresa privada en generar proyectos y programas que consideramos han sido efectivos en su ejecución, pues el sector hacia quien van dirigidos se ha beneficiado de ellos.

## CAPITULO II

### LOS OBSTÁCULOS QUE ENFRENTA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA ARTESANAL SALVADOREÑA EN SU INCORPORACIÓN AL SECTOR EXPORTADOR

El sector de las micro y pequeñas empresas, como se mencionó en el capítulo anterior, es parte importante de los debates socio-políticos en las "democracias latinoamericanas"; asimismo, forma parte de los discursos propagandísticos de los políticos, tanto en el ámbito nacional como internacional. No parece extraño tampoco para los salvadoreños oír decir que, los Tratados de Libre Comercio, ya son parte de nuestra economía tan frágil; y, junto a este tema, también se nos vende la idea de que vamos a lograr entrar en el gran mercado estadounidense con productos como: pupusas, tamales, sopa de garrobo, loroco y artesanías, mientras que aquí entran productos como maquinarias pesadas, software, vehículos, bebidas, etc. Y que tal intercambio es una competencia.

Ahora, con la firma y la entrada en vigencia del TLC desde el uno de marzo de 2006, entre Estados Unidos, El Salvador y demás países de la región centroamericana con excepción de Costa Rica, los discursos simplistas van orientados a la "fe" en el "mercado nostálgico"<sup>27</sup>, los cuales nos relatan, casi en forma de cuento, sobre la exitosa entrada de los productos nostálgicos (entre los cuales se encuentran las artesanías) a Estados Unidos, país que alberga a los hermanos lejanos.

Empero, la realidad que afronta el sector de la micro y pequeña empresa artesanal es diferente a la relatada en los discursos, si no veamos los diversos factores que les impiden a los artesanos ingresar sus productos en el mercado internacional.

Es por ello que en este capítulo estudiaremos lo que aquí nos preguntamos ¿Cuáles son los obstáculos que enfrenta la micro y pequeña empresa de artesanos salvadoreños al incorporarse al sector exportador?

Los obstáculos con que se encuentran los artesanos salvadoreños, al incorporarse al sector exportador, los hemos dividido en dos fases: 1. La primera fase estudia los obstáculos identificados en el inicio de la investigación, y que son planteados como hipótesis. 2. La segunda fase es el

---

<sup>27</sup> Mercado Nostálgico: Existe lo que se ha llamado **mercado** nostálgico en la comunidad latina que vive en aquella nación que quiere seguir consumiendo sus alimentos típicos, ya sea tamales, rosquillas etc., las oportunidades hay que materializarlas en exportaciones, la promoción implica cambios institucionales y cambios en la mentalidad de hacer negocios, de aprovechar oportunidades, de educar a la gente para aprovechar los beneficios del tratado, en todo eso estamos trabajando.

resultado del análisis obtenido durante la investigación de campo.

1. Los obstáculos identificados como parte de la hipótesis son:

- Falta de información acerca del proceso de comercialización hacia el exterior.
- Falta de apoyo por parte del gobierno salvadoreño.
- Obstáculos financieros.
- Obstáculos tecnológicos.
- Estructura regulatoria y competitividad internacional.
- Falta de recursos humanos.

2. Otros obstáculos obtenidos como resultado del análisis de la investigación de campo son:

- Politización de los proyectos y programas por los gobiernos locales.
- La localización de las empresas (MYPE) dedicadas a la artesanía salvadoreña.
- La Transculturización o Falta de Identidad Salvadoreña.

En este capítulo profundizaremos en los motivos o circunstancias que hacen que un micro empresario se interese o no en exportar sus productos por lo cual enfatizamos que hay que analizar con mucha más razón:

¿Cuales son los obstáculos que enfrentan los micro y pequeños empresarios artesanos salvadoreños al incorporarse al sector exportador?

Como profesionales de Relaciones Internacionales estimamos la trascendencia que reviste este tema, por el hecho de que permite validar en la práctica los preceptos de la Teoría de la Dependencia. En este sentido, partimos del ámbito de las relaciones de poder e influencia que ejerce Estados Unidos sobre las decisiones económicas y rumbo político de El Salvador. En este caso, se valoriza y se centra la expectativa de sostenibilidad nacional (periferia) en el hecho de estar ahora mas vinculado comercialmente al país norteamericano (nuevo centro), aprovechando la presencia de conciudadanos que residen en aquel país, y que serían consumidores potenciales de los productos artesanales. La participación en el TLC es entonces, la consolidación económica del sustento que proveen las remesas, constituyéndose éstas en sostén de la economía nacional y una ampliación de los canales de inserción por parte de las empresas estadounidenses en el comercio bilateral. (Con respecto a las remesas, existe el error de vincularlas solamente a Estados Unidos en desprecio de aquellas provenientes de nuestras comunidades en Canadá, Centroamérica, Suecia, Italia y Australia, entre otros lugares)

Ahora observemos cómo las asimetrías en los términos de intercambio se materializan en el TLC. Por un lado, los artesanos nacionales deben competir sujetándose a rigurosos lineamientos y patrones de producción, tanto en calidad, como en aspectos medio ambientales; por ejemplo: ciertas artesanías son prohibidas por utilizar, como materia prima,

especies de flora catalogadas en peligro de extinción o que contienen residuos naturales dañinos a la salud. Y en cuanto a servicio, los artesanos salvadoreños encuentran varios problemas para vender sus productos al cliente: inaccesibilidad interna por la lejanía de los puntos de venta en el país, e inadmisibilidad externa (en el mercado estadounidense) por considerar al producto, pobre en tecnología y sub-valorizado. Por otro lado, sin embargo, el empresario estadounidense (PYMES en su mayoría) trae manufactura y tecnología con valor agregado, para vender a precios altos en el país, donde además goza de todas las facilidades para sus negocios: créditos, programas de asistencia integral especializados, la eliminación de aranceles, simplificación de trámites y respaldo legal (protección intelectual).

Otro elemento de dependencia que se observa es que se busca nivelar el terreno de la competencia mediante un encadenamiento de los artesanos salvadoreños al mercado internacional, como salida a su situación socio - económica, de lo contrario es marginado por el sistema. Así, el artesano es obligado a rebuscar un rol o serie de roles en la cadena de comercialización de artesanías en el mercado mundial dependiendo de este solememente. Esto lo obliga a adoptar nuevas modalidades de comunicación (hablar inglés y usar tarjetas de presentación); de producción (diseños, uso de materiales nuevos y herramientas sofisticadas); comportamiento (pasar de artesano a empresario artesanal); y/o estar "conectado", es decir que sepa utilizar el



internet; aunque muchas de estas características o cualidades a crear no están potenciadas por el sistema.

Para la elaboración de este capítulo se ha tomado en cuenta la investigación realizada en los municipios de La Palma, Guatajiagua, Nahuizalco, Ilobasco y San Sebastián, la cual tenía como principal objetivo analizar cuáles son los obstáculos que enfrentan los micro y pequeños empresarios artesanos. También hemos considerado un estudio publicado en la Revista de la CEPAL, el cual fue elaborado por el programa MEJORA de la FUNDES, quienes han investigado en diversos países de la región los obstáculos que enfrentan los micro, pequeños y medianos empresarios latinoamericanos basándose igualmente en la opinión proporcionada por los propios empresarios<sup>28</sup>.

Los obstáculos que se exponen a continuación no son los únicos que se les presentan a las MIPYMES latinoamericanas y salvadoreñas, pero sí son los principales, y la base es la documentación sobre la cual gira el presente capítulo. El orden con que los explicamos en seguida obedece a una determinación de estilo para el presente apartado, aunque son los mismos obstáculos que aparecen indistintamente en la hipótesis y en la investigación de campo.

---

<sup>28</sup> EMILIO ZEVALLOS V., Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina, Revista de la CEPAL 79 Abril de 2003. Pág. 53-70.

## **OBSTÁCULOS**

### **La Localización de las Empresas (MYPES) Dedicadas a la Artesanía Salvadoreña**

En el Capítulo I, se menciona que el estudio realizado al sector artesanal, está incluido en el estudio mismo sobre la micro y pequeña empresa en general (MYPE). En dicho trabajo se hace hincapié que durante la investigación llevada a cabo en los municipios de La Palma, Nahuizalco, Ilobasco y Guatajiagua se encontró allí la mayor concentración de artesanos; pero también se hace la aclaración de que existen artesanos en casi el 85% de los Departamentos de El Salvador, mas no en todos los municipios.

El fenómeno de la localización de las empresas artesanales se da cuando se observa que la mayoría de los talleres artesanales, se encuentran ubicados en las casas de habitación, por razones como las siguientes: resulta en cierta medida económicamente más factible debido a que los medios de producción los obtienen en la cercanías de sus

hogares; también por el hecho de que no tienen que pagar renta ni otros gastos de mantenimiento.

No obstante, es una ventaja el hecho de mantener los talleres de artesanías en las mismas casas de habitación, resulta un obstáculo a la vez pues la demanda del producto en la zona no es tan alta, y el único recurso inmediato que queda es la espera del turismo, ya sea nacional o internacional para ofertar el producto. Como el turismo no es un fuerte potencial, los artesanos venden sus productos a tiendas de artesanías ubicadas en la zona central de El Salvador, y también por sus medios buscan la manera de exportar sus productos.

En la mayoría de casos, la exportación de las artesanías es a través de intermediarios, quienes compran por mayoreo para revenderlas en Estados Unidos. Una característica muy singular de estos revendedores es que son salvadoreños residentes en los Estados Unidos, y que paradójicamente sus mayores clientes o demandantes no son los salvadoreños, tal como se piensa según las expectativas del Gobierno, quien pone sus esperanzas en el "mercado nostálgico". Se ha diagnosticado que los europeos y norteamericanos son los más interesados en los productos artesanales de nuestro país.

También hay empresas que sirven de intermediarias para que los artesanos exporten sus productos, como es el caso de la empresa "Exportaciones Salvadoreñas", cuya propietaria es la actual directora de la Cámara de Comercio de El Salvador. Los

productos o artesanías que exporta son en su mayoría comprados a los artesanos de diferentes partes del país y son destinados a Alemania y Estados Unidos principalmente. Esta empresa, a su vez imparte talleres a los artesanos para mejorar y diversificar su producción.<sup>29</sup>

Por otra parte, la CEPAL en un estudio publicado en el 2003, plantea la necesidad de dar a conocer las MIPYMES que fabrican productos "nostálgicos" y "étnicos": "Ante la escasez de recintos feriales con presencia internacional. Es importante que se considere la necesidad de organizar delegaciones de MIPYME que puedan asistir a las ferias internacionales más destacadas en sus respectivos sectores: por ejemplo, en el caso de aquellas que elaboran productos alimenticios es de vital importancia que puedan asistir a ferias especializadas y promover la exportación de esos productos. Aunque las instancias gubernamentales, gremiales y algunas entidades del sector privado ya contemplan este tipo de informaciones y estímulos varios para promover la participación de las empresas, es importante intensificar los esfuerzos en términos de información efectiva".<sup>30</sup>

Cabe mencionar que esta sugerencia hecha por la CEPAL, está haciendo eco en nuestro país, pues gracias a la cooperación internacional e instituciones como "Aid to Artisans" y CASART (Cámara Salvadoreña de Artesanos), se están promoviendo ferias internacionales para el sector, que tanto valor tiene

---

<sup>29</sup> Entrevista realizada a empleada de empresa Exportaciones Salvadoreñas, agosto 22, 2005

<sup>30</sup> CEPAL, Pequeñas Empresas, Productos Étnicos y de Nostalgia: Oportunidades en el Mercado Internacional. Diciembre 26 2003. Páginas 39-40

si consideramos que está incluido dentro del sector informal que representa el 98% del total de empresas que componen el tejido productivo nacional. Y además, gracias a estas ferias internacionales, al año 2004 este sector ha exportado un monto de \$2.8 millones de dólares, habiendo sido estas exportaciones de artesanías por "Aid to Artisans", hacia Europa a países como Alemania e Italia y hacia Estados Unidos, Canadá, México, Australia, Puerto Rico y Republica Dominicana.

Solo para el 2005, y en la realización de ferias internacionales y nacionales, CASART registró un volumen total de ventas de \$19,530.75 (el 40% de esas ventas ha sido por exportaciones y el 60% compra nacional).

Actualmente, según CASART, operan 75,000 talleres artesanales que generan 250,000 empleos, convirtiéndolos en fuentes importantes de captación de mano de obra especializada y de generación de divisas, y considerándolos como un sector emergente en el mercado de las exportaciones.

## **MAPA 2.1**



**Mapa elaborado por las autoras de la investigación**

Recordemos que una ventaja con la que cuenta la empresa artesanal salvadoreña es la cualitativa, pues es la singularidad que le da reconocimiento al producto en diseño, originalidad esmero. Situación que se convierte en desventaja competitiva en el mercado internacional, por las razones que atañen los diferentes productos que llegan de la manufactura exterior.

Decimos que esa ventaja cualitativa tiene su contraparte, y son los altos costos con que se elaboran los productos artesanales, debido a que la de materia prima generalmente se obtiene extrayéndola de los recursos naturales.

Tal como su nombre lo indica son productos elaborados manualmente, y por ello no existe un precio establecido en el mercado. Esta situación hace que los productos sean vendidos a precios muy altos, quedándose en menos atractivos para poder comercializarlos.

Como se puede ver en el cuadro 2.1, la cantidad de inmigrantes salvadoreños residentes en el exterior llega al

20% de la población general, cantidad muy significativa que prolongaría e impulsaría no sólo al sector MYPIME sino al sector artesanal.

**TABLA 2.1**

**Inmigrantes en los Estados Unidos**  
(Miles de Personas)

<b>Años</b>	<b>México</b>	<b>El Salvador</b>
<b>1981-1990</b>	<b>1653,3</b>	<b>214,6</b>
<b>1990-1996</b>	<b>1651,4</b>	<b>147,7</b>
<b>1997</b>	<b>146,3</b>	<b>18,0</b>
<b>1998</b>	<b>131,6</b>	<b>14,6</b>

**TABLA 2.2**

**Población de Origen Hispano en los Estados Unidos**  
1980-200 y Proyecciones 2005-2020

<i>Años</i>	<b>Población</b>	<i>Como % de la población total</i>
<i>1980</i>	14 609	6.4
<i>1985</i>	<b>18 368</b>	<b>7.7</b>
<i>1990</i>	<b>22 379</b>	<b>9</b>
<i>1995</i>	<b>27 107</b>	<b>10.3</b>
<i>2000</i>	<b>32 440</b>	<b>11.7</b>
<i>2020</i>	<b>49 255</b>	<b>15.8</b>
<i>2030</i>	<b>68 168</b>	<b>19.4</b>

La localización de estas empresas artesanales, constituye un obstáculo que en cierta medida frena el desarrollo y promoción de este sector emergente, pues la gran mayoría se encuentran concentradas fuera de San Salvador, y esto genera que estén aisladas de la concentración del comercio.

La razón por la que están fuera de San Salvador es que la mayor parte de materia prima con que elaboran sus productos es extraída de los lugares de origen de estas micro y pequeñas empresas. Sería oportuno mencionar también la urgencia de promocionar el turismo salvadoreño en estas zonas, no sólo específicamente el turismo internacional, sino también local.

### **La politización de los Proyectos**

A lo largo de la investigación se llegó a conocer que en algunas Alcaldías se está contando con proyectos orientados a la promoción del turismo, con el fin de generar ingresos y empleo a nivel local. En estos proyectos se incluye el desarrollo y la explotación del sector artesanal, incluso es parte del atractivo que se le ofrece al turista. En algunos proyectos se cuenta con rutas turísticas entre las cuales ofrecen la ruta de las artesanías<sup>31</sup>. El conocimiento de estos proyectos ha generado muchas expectativas para el futuro, pues se cuenta con el apoyo de organizaciones internacionales y nacionales. Es de esperar que dichos proyectos tengan

---

<sup>31</sup> Cuando nos referimos a la ruta de las artesanías



resultados efectivos y no se conviertan en parte de intereses políticos o particulares.<sup>32</sup>

Cabria destacar el hecho de que algunos de los obstáculos que enfrentan los artesanos salvadoreños, están ligados a la concentración del comercio en la zona central de El Salvador -tal como ya se dejó planteado anteriormente-; así como al poco o nulo desarrollo económico de la mayoría de municipios y departamentos del país. Cuando se realizó la visita a los municipios investigados, se pudo observar la escasez de empleo de los habitantes de las zonas al igual que se percibe esta condición de pobreza a nivel nacional. Es por ello que muchas personas al ver la necesidad de ingresos y no poder obtenerlos en nuestro país, se ven obligados a emigrar para poder subsistir, como es el caso de los hermanos lejanos. El fenómeno de la desocupación, en parte también es generado por la acomodación provocada por las remesas familiares. Pero en todo esto que también se hace imprescindible el apoyo de los gobiernos locales hacia el sector de la micro, mediana y pequeña empresa en general para incentivarlos a no abandonar el país.

Como alternativa sería oportuno proponer, dentro de cada gobierno local y su estructura organizativa, la creación y consolidación de una Unidad Técnica de Turismo que tenga como objetivo fundamental la promoción del turismo nacional y extranjero. Dentro de las rutas turísticas incluir las rutas artesanales que dan a conocer la diversificación productiva.

---

<sup>32</sup> Entre los proyectos que se pueden mencionar están los de microregión tales como: la MICGUAZAPA, microregión del Cerro San Jacinto, entre otras; así como la montaña de Cinquera, entre otros.

Son proyectos que a largo plazo generarían desarrollo productivo y, por ende, desarrollo socio-económico en donde se impulsen. El gobierno local no puede trabajar solo en dichos proyectos, es por ello que sería necesaria la participación de diversos actores tales como: el gobierno central, la cooperación internacional, instituciones especializadas y la población, cuya participación es imprescindible, ya que es en beneficio de ellas que se ejecutarían.

Como se hizo mención en el capítulo anterior, muchos de los proyectos fracasan porque son manipulados bajo intereses políticos de los diferentes partidos que se encuentran en el poder (gobiernos locales). Muchos de estos proyectos son elaborados para llenar un espacio en los planes anuales de trabajo, en las memoria, y para justificar ante las respectivas auditorías de la Corte de Cuentas. Situación que pone en tela de juicio la credibilidad y eficacia en la elaboración y ejecución de proyectos gubernamentales de diversas comprensiones y tipologías. Todo esto lo consideramos un obstáculo para el sector artesanal.

Entre otras cosas, la falta de concertación y apatía entre los diversos partidos para trabajar en conjunto entre el Gobierno Central y los Gobiernos locales, por lo que muchas veces se pierden proyectos de gran importancia.

### **La transculturización o falta de Identidad Nacional**

Otra de las desventajas que salieron como resultado del análisis de la investigación es el fenómeno de la transculturización o falta de identidad nacional. Para el rubro de la artesanía éste es un aspecto trascendental debido a que los consumidores de estos productos se caracterizan por su valor a las raíces culturales de nuestro país.

El tema de la identidad salvadoreña, es muy amplio y puesto a discusión; al respecto existen diversas hipótesis que plantean desde los inicios de la historia el proceso de transformación de nuestra identidad. Con el afán de encontrar un criterio para aplicarlo a nuestra tesis, hallamos en un sitio en la Web el planteamiento que dice que, desde los inicios de la colonización, se fue formando "la identidad cultural salvadoreña" y también se habla de cómo las relaciones internacionales han influido en esa transformación.

A continuación se presenta parte de este artículo<sup>33</sup>: La "identidad salvadoreña" actual es ambigua, confusa e incierta, etc. Porque su misma naturaleza mestiza le hace proclive a tener y adoptar una "identidad sin identidad", situación que bien puede tener sus orígenes en la época colonial en donde el mestizo no se consideró ni indígena ni español, negando sus dos fuentes biológicas y culturales; aunque por razones obvias, siempre aspiró y adoptó la cultura del conquistador y dominador. Situación que se refleja como un "malinchismo cultural" en toda América Latina, y en El Salvador, esa misma "identidad ambigua y mestiza" hace que la

---

<sup>33</sup> Artículo extraído del sitio web: <http://www.ufg.edu.sv/ufg/theorethikos/Julio03/identidad4.html>. Última fecha de actualización 26 de mayo de 2006. Autor desconocido.

persona salvadoreña se incline por lo foráneo. Hoy en día, con la fuerte influencia de los salvadoreños residentes en los Estados Unidos, y por la misma globalización en los medios de comunicación, parece ser que la persona salvadoreña tiene la predilección hacia las culturas foráneas, especialmente por la estadounidense.

Es esta la razón que hizo decidir incluir en el análisis, el punto de la globalización y la predilección del salvadoreño por lo foráneo, para dejar asentado precisamente, que el salvadoreño residente en el exterior prefiere consumir producto proveniente de la manufactura y no el artesanal. En el acápite de la localización, se planteaban las diversas formas de exportación con las que cuenta el artesano salvadoreño, entre ellas la venta indirecta o popularmente conocida como la reventa. Los productos son comprados por los residentes en el exterior, pero sus consumidores finales son los extranjeros.

La transculturización o falta de identidad cultural es una desventaja para el artesano salvadoreño, pues se pierde el gran mercado que reside fuera de El Salvador (más de dos millones de salvadoreños), quienes sencillamente rechazan sus raíces culturales. Dado que ahora es común ver en los centros comerciales, almacenes, supermercados, comercio informal, etc., una variedad de productos de muy diversa procedencia o manufactura, la misma globalización ha propiciado que muchos productos no se fabriquen en una sola nación, sino que en varias. Así, se encuentran en los centros comerciales formales e informales de todo el país, productos de muy

diversa procedencia: Estados Unidos, Taiwán, Japón, China, Guatemala, Korea, México, etc.

Así las cosas en el país, el consumismo de las naciones desarrolladas ha pasado a ser un patrón cultural de la "identidad salvadoreña", ésto, favorecido por los emigrantes salvadoreños y por la globalización. Se puede deducir entonces que los salvadoreños residentes en Estados Unidos y sus familiares en el país, están teniendo situaciones de transculturación y desculturación.

La cultura estadounidense, como uno de los polos de la globalización, está penetrando más fuerte que antes en la sociedad salvadoreña, erosionando aún más la débil "Identidad Nacional". Los modos de conducta masivos, pautas de consumo, el estilo de vida estadounidense, están siendo asimilados por las personas salvadoreñas que emigran hacia esa nación; y así qué no decir de los salvadoreños que están en el país, aunque sea menor la influencia. Aunque con esta consideración, tampoco se pretende ser tan simplista y aseverar que la sociedad salvadoreña está en un proceso vertiginoso de "estadounización o gringonización", sino que hay cierto impacto de la sociedad estadounidense en la realidad nacional, y lo que se evidencia ciertamente es la incorporación de elementos culturales de EE.UU. y de otras naciones en el ser salvadoreño. De tal manera, la cultura salvadoreña actual, es una "amalgama cultural", muy compleja que contiene muchas fuentes a su vez: mexicana, estadounidense, salvadoreña, indígena, española «mestiza y sincrética», etc. En resumidas cuentas, ¿está la identidad salvadoreña en vía de extinción?

## **Obstáculos Financieros**

Un obstáculo recurrente para este sector es el del acceso al capital, ya sea para las micro, las pequeñas o las medianas empresas. Este problema deriva de fallas en el mercado de capitales, como el escaso financiamiento de capital de riesgo, los excesivos trámites, las altas tasas y los plazos restringidos. Estos son los obstáculos con los que se enfrentan no sólo los artesanos sino todo el sector MIPYME.

En la investigación que se realizó en las zonas de Nahuizalco, La Palma, Ilobasco y Guatajiagua, cerca del 98% de las encuestas señala que uno de los obstáculos que enfrenta el artesano salvadoreño para incorporarse a la exportación es el financiero, pues no hay facilidad de créditos en el sistema financiero local.

Parte de los obstáculos en el tema financiero son:

- Los requisitos crediticios. En el sistema financiero, los requisitos para optar a un microcrédito son muchas veces hasta inaccesibles para el sector de MIPYMES artesanales. Para analizar el proceso estudiamos dos bancos muy reconocidos en el país, el Banco Agrícola Comercial y el Scotiabank, los cuales exigen una serie de requerimientos que significan un obstáculo más para el desarrollo del sector, estos requerimientos son:
  - Estados de cuentas bancarias.
  - Descripción técnica y financiera del proyecto.

- Evaluación de riesgos.
  - Las últimas seis declaraciones de IVA.
  - Estados de resultados.
  - Balance de comprobación auditado por un contador.
  - Comprobante de registro fiscal.
  - NIT de la empresa.
  - Registros fiscales.
  - DUI y NIT del apoderado o propietario de la empresa.
- Los procesos engorrosos. Van ligados al acápite anterior, pues se pueden observar a simple vista con lo inaccesible que se vuelve tramitar la gran mayoría de esos requerimientos, los cuales, solo son para ser elegibles a optar a un crédito.

Sin embargo, cabe señalar que entre las líneas de apoyo examinadas se menciona el rubro de préstamos para las MIPES; el micro créditos, por ejemplo, lo curioso es que en todos los países se dice que existen líneas de crédito para estos estratos empresariales. Por eso, nuestro trabajo es averiguar porqué la oferta no está llegando a la demanda, al menos en los montos (plazos y/o condiciones) suficientes, y también cuál es el grado de penetración de la oferta financiera en el mercado y qué mecanismos pueden crearse para mejorar el acceso y las condiciones de financiamiento. Esta es un área de especial interés en países donde las reformas institucionales están comenzando, o donde no hay experiencia

con mecanismos modernos de financiamiento, tal como es el caso de El Salvador.

En el tema financiero, los empresarios se quejan del escaso acceso al sistema financiero formal como mecanismo para acceder al crédito.

Es por ello que han creado sus propios mecanismos para hacer más factible la obtención de capital: la creación de las cooperativas financieras, por ejemplo, éstas las conforman un grupo asociado de empresarios que aporta cierto capital. =Este capital se dinamiza a través de los depósitos de cuentas de ahorro y préstamos creadas no necesariamente por los miembros de la cooperativa sino por afiliados.

En el capítulo anterior se estudiaba que dentro de los proyectos que ha creado el GOES para la MYPIME existen muchos que benefician el acceso al crédito; pero se da también la apatía por parte de los empresarios, porque los procesos para la obtención del mismo son engorrosos y el crédito no genera mayor beneficio a sus negocios por consistir en pequeñas cantidades de dinero. Además, para tener acceso a estos créditos, en la mayoría de casos hay que presentar proyectos de expansión de negocios que incluyan capital de riesgo, situación que hace largo el proceso e imposible el acceso.

En conclusión, el sistema financiero no ha preparado ofertas que beneficien y hagan factible el acceso a créditos de expansión de negocios, pues los requisitos no se adaptan a las condiciones que éstos enfrentan. Además, la banca no está



orientada a medir de acuerdo a las necesidades de las MIPYMES, ya que trabaja en torno a empresas grandes que fácilmente se acomodan a la globalización y estos mismos parámetros no pueden ser aplicados o acomodarse a las MIPYMES.

### **Obstáculos de Tecnología e Información**

En esta área, los problemas principales son la ausencia de tecnología apropiada a costos accesibles, y el poco acceso a la tecnología existente, tanto para la actualización de equipos o maquinaria, diseño de productos y aspectos similares, como para la gestión y capacitación gerencial. Además, la falta de sistemas de información eficaces sobre proveedores, compradores y otros, también restringe el desarrollo competitivo de las firmas.

En el tema tecnológico, a diferencia del financiero, se observa mayor heterogeneidad en las líneas de apoyo, lo que muestra claramente la falta de rumbo de los programas en esta área. En varios de los países de la región considerados en este estudio, no se cuenta con programas o no hay conocimiento de su existencia. Aunque su menor desarrollo relativo es lo que suele poner límites a sus posibilidades tecnológicas, no deja de constituir una oportunidad para que impulsen, proyectos tecnológicos de impacto. Un elemento importante en ese sentido es que en casi todos estos países existen apoyos financieros para desarrollo tecnológico.

En el tema de la información, la mayoría de los países latinoamericanos examinados carece de sistemas de suministro de toda la información pertinente en un solo lugar (one-stop-shop). Sin embargo, algunos de ellos han empezado a establecer ventanillas únicas (para trámites), con el apoyo de organizaciones intermedias nacionales e internacionales. Esta sería una oportunidad de aplicar en ellos experiencias exitosas en otros países de la región.

### **Proceso de Embalaje para la Comercialización de productos**

El embalaje es parte esencial del proceso de exportación de los productos destinados al comercio. Éste se encarga de conservar y proteger los bienes, facilitar su transporte y almacenamiento y además informa al consumidor. También puede ayudar a prevenir el robo.

Para cumplir estas funciones, el embalaje debe satisfacer tres requisitos: ser resistente, proteger y conservar el producto (impermeabilidad, higiene, adherencia cero, etc.), y demostrarlo para promover las ventas.

A la vez que el embalaje es parte esencial del proceso de exportación, es una fase que no está contemplada ni se le da la debida atención en los programas que apoyan el sector exportador. Quiere decir, que a la hora de exportar, muchas veces esta fase puede, en cierta medida, retrasar los embarques al momento de ser exportados ya que las grandes empresas encargadas de la venta de estos servicios se

reservan el derecho de rechazar aquellos paquetes que no cumplan con los requisitos mínimos de seguridad y embalaje, Tal desconocimiento, puede provocar la pérdida de un negocio por la demora en la entrega del producto y por daño del mismo.

### **Conclusión**

Este tema está cobrando creciente importancia para la MIPYME, pues existe un segmento pequeño de ellas que empieza a incursionar con éxito en el mercado externo. Los problemas que las aquejan son claramente el acceso a la información y los servicios, y algunas disposiciones y/o trámites que obstaculizan el comercio, entre otros.

Aunque las áreas de problemas de las empresas van mas allá de las que presentamos a continuación, las señalamos porque, desde el punto de vista metodológico, abarcan la mayor cantidad de aspectos relevantes de las dificultades de las empresas de menor tamaño:

- Finanzas
- Tecnología e Información
- Comercialización y Comercio Exterior
- Estructura regulatoria y competencia
- Organización y cooperación
- Recursos Humanos
- Otros

Cada una de estas áreas tiene a su vez un conjunto de problemas y una jerarquización de ellas que les son propias y no necesariamente comunes a todos los países, pero que sí representan de manera suficiente la problemática general.

Alguno ejes de la problemática son los siguientes: en el tema financiero, los empresarios se quejan del escaso acceso al sistema financiero formal como mecanismo para acceder al crédito. En el ámbito de la tecnología y la información, lo más destacable es la ausencia de tecnologías adecuadas a las empresas y la escasez de información relevante sobre mercados, oferta, demanda y otros aspectos.

**CAPITULO III  
ASOCIATIVIDAD, UNA ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE  
LAS MIPYMES: LA CREACION DE UN CONSORCIO EXPORTADOR DE  
ARTESANIAS**

Se denomina Asociatividad a un esquema grupal de desarrollo basado en relaciones de cooperación, en la que individuos prefieren compartir recursos propios en vez de competir entre ellos, para alcanzar un objetivo común, que para nuestro caso

sería el desarrollo empresarial colectivo de su propia cadena de valor.

Es un tópico que ha estado presente desde la misma concepción del ser humano, sin embargo, este modo de ser y de practica social, se olvida o desconcierta en el campo empresarial o de negocios, ya que en el estudio que se realizó pudimos comprobar que: es el mismo sistema de liberalismo comercial el que propicia el individualismo empresarial, aunque paradójicamente, crea al propio tiempo la necesidad urgente de que las empresas deben fortalecerse y buscar alternativas para salir a flote y sobrevivir en el sistema internacional. Una de esas alternativas es la Asociatividad. Empero, desde nuestro punto de vista, este sistema en el cual se encuentran inmersas las economías es contradictorio y alienante por ello las MIPYMES muestran un grado de reticencia muy alto para no iniciar procesos de desarrollo que generen impacto en su economía y en el país mismo, pues el entorno internacional les crea esa cultura individualista.

En El Salvador se viene hablando desde hace varios años de la importancia de este tema, y hay conocimiento de parte del gobierno en turno y otras entidades de que la asociatividad genera beneficios significativos; pero, aún así, no existe una visión empresarial, al contrario hay una ceguera sobre este asunto y un desconcierto real de los beneficios de participar e incorporarse a estos procesos, según datos

recopilados en la encuesta. Tal situación se debe al individualismo y aislamiento tecnológico, en el cual se encuentran las empresas MIPYMES y principalmente las artesanales que son mayoritarias en nuestro país.

Es de hacer notar que, a pesar de que hay programas y proyectos tanto estatales como de ONG's, que se dedican a promover la asociatividad empresarial; no se ha desarrollado una estrategia verdaderamente eficaz orientada a abolir esas barreras de individualismo que existen en los empresarios, y empezar a generar inquietudes para que desde el sistema educativo se fomente esa cultura de asociatividad. Y así formar una persona con capacidad desenvolverse en un ambiente de asociaciones con miras a ser mas competitivo en el campo empresarial.

Al estudiar teóricamente<sup>34</sup> las experiencias de asociatividad que se han implementado en los diversos países como España, Brasil, Asia, etc. nos atrevemos a afirmar que hay grandes retos y muchas estrategias orientadas a mejorar la productividad y competitividad de las MIPYMES, con la finalidad de que éstas logren superar su posición tanto en los mercados nacionales como internacionales. En este sentido, se da una constante búsqueda por echar a andar algunos instrumentos y tácticas que permitan los impactos cuantitativos y cualitativos en el sector de las MIPYMES, pero no hay una medida para sensibilizar al empresario a optar por esta visión y estrategia.

---

<sup>34</sup> Villagrán (1998); Chacaltana et al (2001)

Uno de los grandes retos que se debe plantear es la búsqueda de la sostenibilidad en el tiempo y que sean condensadamente aprobados por los involucrados en el proceso asociativo; de no ser así, difícilmente se puede lograr éxitos relevantes en esos retos o iniciativas. Con un *modelo de consorcios*, el cual describiremos más adelante, podemos iniciar un proceso cultural de desarrollo asociativo.

Desde nuestro punto de vista de las Relaciones Internacionales, la asociatividad es un modelo de aplicación funcional de la teoría de la Integración. La cohesión de los artesanos en cuestiones de unificar precios bases, destrezas de producción, negociación de materias primas y servicios, entre otros aspectos, es una fase lógica reaccionaria al ámbito de competencia, una amenaza de fuerza emergente en el libre comercio, que pugna para insertarse y lograr participación de mercado con sus productos.

Con la asociatividad, se persigue la viabilidad de un actor unificado en el mercado de artesanías, fundamentado en el consenso de decisiones y la interdependencia de las destrezas y productos variados que posee cada grupo de artesanos salvadoreños, evitando así un conflicto de intereses (transacción de sus diferencias) por un mismo segmento, del cual cosechan beneficios mutuos como manifiesta Donald Pusihala.

Cada artesano y/o grupo geográfico de artesanos en aras de la integración de la oferta exportable, cede parte de su soberanía (producto) a una estructura colectiva de



comercialización superior en tamaño y recursos. De esta manera se cumple una vez más la observación de David Mitran, que al aumentar la tecnología en sus diferentes aspectos (en este caso la introducción de manufacturas de mayor valor agregado, utilizando técnicas diversas y materiales novedosos), se aumenta la complejidad al interior del sistema - llamado mercado internacional de artesanías - y obliga a una cooperación entre todos los actores. Claramente este enfoque contradice con la naturaleza del TLC, de absorción y darwinismo social (realismo político).

Por lo tanto, retomando los conceptos de Caporaso y Belowski, el uso de un *consorcio exportador* por parte de los artesanos, ejemplifica una nueva estructura desarrollada ante el sistema de comercio modificado por la apertura comercial bajo el TLC. La eficiencia del modelo responderá a los resultados de incremento en ventas tanto monetarias como unidades comercializadas, reducción de costos y expansión cualitativa y cuantitativa de los artesanos salvadoreños.

### **3.1 Puntos trascendentales para iniciar un Proceso Asociativo**

Para iniciar un proceso asociativo se necesita:

- ✓ Tener claro quiénes son los actores que participan.
- ✓ Cuáles son sus roles en el proceso.

Esto, para facilitar la apropiación de los procesos y el cumplimiento de los objetivos que se buscan, al mismo tiempo les permitirá generar estrategias necesarias para la búsqueda de la competitividad de los productos o sectores.

Consideramos que se requiere de actores claves con roles específicos<sup>35</sup> en tres niveles, para que los procesos asociativos sean efectivos en El Salvador:

- ✓ Empresas.
- ✓ Gremios y ONG's.
- ✓ El Estado.

Estos actores deben mantener una relación interactiva para lograr resultados positivos.

Los empresarios deberán:

- Estar dispuestos a construir alianzas con otros empresarios de productos complementarios o similares a nivel local.
- Promover niveles de integración sectorial en el ámbito local.
- Generar propuestas grupales orientadas a provocar un cambio de conducta en los empresarios, orientada a la innovación tecnológica y al compartimiento de experiencias en procura de una mayor competitividad empresarial.

---

<sup>35</sup> Arbizu, Jesús. Desarrollo Exportador de la MYPES, 2004. Pág. 2 – 3.

- Disponibilidad para compartir información y aumentar la productividad empresarial con un enfoque de competitividad.
- Cultivar una cultura exportadora mediante Unidades Conjuntas de manera dirigida y participativa, con un método preciso y controlado, no voluntario (tienen que estar los que deben, quieren y pueden), y con un calendario corto y prefijado de metas.
- Poseer una oferta sólida, suficiente y estable (duradera).
- Aptos para aprender haciendo, pero de forma eficaz y con el menor riesgo.
- Partir del mercado (demanda) y no de la oferta, descubriendo "nichos de mercado" tangibles, suficientes y defendibles para estructurar la "Unidad Agrupada de Exportación" en función de las necesidades del nicho de demanda.<sup>36</sup>

Son retos de las instituciones (gremios y ONG's):

- Desarrollar procesos asociativos viables a fin de que permitan o faciliten a más demandantes.
- Promover a que los empresarios sean más "emprendedores", como una estrategia que les permita desarrollar nuevas habilidades y crear competencias.
- Desarrollar modelos asociativos flexibles, adaptados a las condiciones reales sectoriales y locales.

---

<sup>36</sup> Idem pág. 3 – 4.

- Desarrollar alianzas estratégicas y de riesgo compartido con los demandantes de servicios y los cooperantes de proyectos.
- Desarrollar acciones orientadas a promover la competitividad de las empresas asociadas.
- Incentivar en las empresas las alianzas estratégicas, como un medio para facilitar la competitividad sectorial entre ellas.
- Promover y desarrollar la especialización sectorial, a fin de garantizar una oferta de servicios asociativos de calidad.

Mientras que el Estado asumiría los roles de:

- ✓ Proveer un marco legal apropiado y políticas de apoyo e incentivo a la asociatividad.
- ✓ Promover plataformas sectoriales de apoyo a la asociatividad tanto a nivel nacional, local o sectorial.
- ✓ Promover y desarrollar proyectos de infraestructura que beneficien e incentiven a la asociatividad.
- ✓ Propiciar investigaciones orientadas a identificar las potencialidades sectoriales como país con la finalidad de propiciar el fortalecimiento de los mismos.
- ✓ Sensibilizar sobre la importancia de la asociatividad para el desarrollo competitivo.
- ✓ Sistematizar y compartir experiencias exitosas y de beneficio para los demandantes.
- ✓ Desarrollar y propiciar mecanismos de incentivo para la asociatividad empresarial.

- ✓ Generar espacios con competencias descentralizadas de facilitador y articulador de políticas públicas con las estrategias empresariales asociativas.
- ✓ Simplificar los trámites y descentralización de las condiciones legales, administrativas y financieras en la administración pública en relación a la ejecución de estrategias, programas, proyectos y normativas relacionadas a la asociatividad.<sup>37</sup>

### **3.2 Estrategia de Asociatividad**

En El Salvador, el sector de las MIPYME es altamente vulnerable ante los diferentes cambios que sufre el país y no permanece ajena a éstos, ya sea por el tamaño de la empresa, la calidad y estándares de producción o por falta de información.

Lo anterior consideramos que debe motivar a entidades como CONAMYPE, a que asuman un rol más protagónico desde el Estado realizando labores más masivas de sensibilización y concertación de los diferentes actores, y sobre la importancia y la manera en que deben de enfrentar los retos y buscar alternativas que generen mayor competitividad a las empresas.

Tomando en cuenta que para que un proceso asociativo tenga éxito, es muy importante e indispensable generar una estrategia coordinada entre los diferentes actores que deben

---

<sup>37</sup> Idem Pag. 5.

intervenir en un proceso asociativo. El Estado debe garantizar credibilidad en que la asociatividad es una excelente, si no, la alternativa más importante para lograr competitividad y desarrollo de las MIPYMES.

Lo antes mencionado les puede permitir a las micro, pequeña y mediana empresa aprovechar la muy conocida economía de escala<sup>38</sup>, mediante la optimización de recursos disponibles en el entorno de la empresa: Con los diferentes modelos asociativos se facilita el acceso a nuevos mercados; se les permite verse mucho más fuertes o competitivas; se promueven procesos de aprendizaje, transferencia de tecnología, aumento de los niveles de especialización como también mejoras en la calidad y productividad.

Todas las entidades estatales, y ONG's, deben generar en los empresarios artesanales sensibilidad e interés por la *asociatividad empresarial*; pero primero deben hacer que los artesanos se sientan empresarios y se vean como tal, de lo contrario será muy difícil crear esa disciplina asociativa en ellos. Deben conceptualizar que esa alternativa les permitirá aumentar la competitividad y a la vez les generará nuevas oportunidades de negocios, aprovechando la apertura de mercados e integrándose a las misiones comerciales que se están promoviendo específicamente en el sector artesanal.

Se deberá buscar una estrategia que produzca una cultura asociativa como elemento esencial para el desarrollo de las

---

<sup>38</sup> Economías de escala: resultados positivos debido a aumentos en las ganancias o disminución de los costos mediante un aumento en el tamaño de la planta productiva o asociación sectorial. Salvador Oswaldo Brand.

empresas orientadas a incentivar la demanda y el fortalecimiento de la oferta detallada así.

### **3.2.1 Experiencia salvadoreña en Esquemas de Asociatividad**

Visitando varias entidades oficiales, nos dimos cuenta que existen ya experiencias sobre asociatividad en el país, tanto negativas como positivas, que valdría la pena mencionarlas. Estas son algunas experiencias<sup>39</sup>, aunque no necesariamente involucran MIPYMES:

- Grupo Asociativo de Químicos Industriales, CODEQUI, con 8 empresas del sector. (Oquimsa, Clean Chemicals, Proserquisa, AINSA, Distribuidora Cuscatlán, etc.); se unen en el 2000 con la idea de hacer ofertas conjuntas de provisión de productos para limpieza a hoteles y cadenas de restaurantes (franquicias). Duró cerca de 3 años, hasta que algunos miembros consideraron que sus productos eran desplazados por la competencia, por lo cual ya no veían razón de seguir con la iniciativa.
  
- Grupo Asociativo de productos de la Panificación, CONSALPAN, 7 empresas (Santa Eduvigés, Sweets, Florence, La Nueva Pastelería, etc.); buscaron exportar conjuntamente hacia la zona de Washington, DC: semitas, salpores, alfajores y otro tipo de pan dulce aprovechando economías de escala para complementar pedidos. El

---

<sup>39</sup> Entrevista con Abilio Orellana, Gerente de Estrategias de Internacionalización, Exporta El Salvador, 23 de junio, 2005.

surgimiento de deseos de acaparar el mercado de forma egoísta y la imitación de productos por ciertas empresas fue lo que hizo terminar la relación a los pocos años.

- Cluster de Apicultura. Como el nombre lo indica, fue integrado por productores, exportadores, empresas de transporte y otros servicios como insumos a nivel nacional, para introducir la miel al mercado alemán a mediados de los noventas. Aunque ya no existe, por la falta de una integración real de cadena de valor, favoreció al sector apícola en tres aspectos: surgió una entidad dentro el MAG para asesorar técnicamente a los productores (CONAPIS); los exportadores no compiten entre ellos en el exterior; y algunos grupos de productores aprendieron que la unión hace la fuerza, al punto de montar su propia empresa exportadora de miel en el Departamento de Cabañas (EXPOMIELES).
  
- Grupo de Metalmecánica. Estos pequeños y medianos empresarios de San Salvador, se están impulsando desde hace 3 años para ver como pueden trabajar en conjunto en licitaciones gubernamentales o producción a escala en campos industriales (como tornillos para vehículos alemanes). A pesar de encontrarse con la apenada situación de expulsar a uno de sus miembros por estar practicando medidas desleales de comercio, ellos siguieron unidos y han hecho una gira de prospección conjuntamente a Alemania (en donde aprendieron y fueron motivados a certificar sus procesos en ISO 9000); en el 2004, y en el 2005 fueron a



Honduras y Panamá en misiones comerciales a ofrecer sus habilidades y capacidad instalada.

### **3.2.2 Condiciones requeridas para una Estrategia de Asociatividad, partiendo de la experiencia salvadoreña**

Luego de analizar los casos señalados y otros aquí no descritos<sup>40</sup>, consideramos necesario establecer los siguientes incentivos para la asociatividad y proyectos que pueden crearse para ello:

- Promoción de una educación para la asociatividad; ésto con la finalidad de promover y estimular la asociatividad como una estrategia de desarrollo en ciertos lugares y rubros del país.
- Crear un fondo por parte del Estado para el fomento de la asociatividad; en aras de facilitar a los artesanos los recursos necesarios para la implementación de proyectos asociativos en servicios o herramientas no financieras puntuales "a la medida".
- Adecuación del marco jurídico para la asociatividad; en función de facilitar y garantizar reglas claras para la formación jurídica de los grupos asociativos, de tal manera que incentiven la formación y ejecución de proyectos.

---

<sup>40</sup> En CONAMYPE y FUNDEPYME nos hablaron de casos que se han dado entre MIPyMES a nivel local en diferentes ciudades departamentales pero sin alcance nacional, mucho menos internacional.

- Disponibilidad y acceso a servicios financieros y no financieros por parte de entidades privadas para procurar inserción de grupos asociativos a servicios especializados.
- Fortalecimiento institucional para la asociatividad mediante la formación técnica sobre multiplicadores de esquemas, con el objetivo de ampliar y especializar la capacidad técnica de las instituciones oferentes en contenidos y métodos vinculados a la asociatividad competitiva y procesos asociativos.
- Impulso de gama de modelos asociativos, para facilitar el conocimiento de éstos a las instituciones y empresas oferentes de mercancías y servicios a las MIPyMES.

Al implementar estrategias de forma integral, permitirá al empresario artesanal potenciarse de modo eficiente en actividades económicas, en las cuales el empresario asociado puede estructurar por sí mismo proyectos asociativos de impacto, que podrían generar empleo, estimular la innovación tecnológica o facilitar el posicionamiento de las empresas en nuevos mercados.

Lo primordial debe ser que en la ejecución de un proyecto o estrategia se involucre a diversos actores de variados niveles, para poder asegurar apropiación y sostenibilidad de la estrategia y que también garantice efectos multiplicadores positivos; permitiendo así la generación de redes empresariales articuladas por las potencialidades de determinadas actividades económicas dinamizadoras del

desarrollo de esos sectores o Departamentos que cuentan con un gran numero de MIPYMES.<sup>41</sup>

### **3.3 Propuesta para un Consorcio Exportador de Artesanías en El Salvador**

#### **3.3.1 Formas de Integración Asociativa para el Comercio Exterior**

Como se discutió en los capítulos anteriores, consideramos que si las empresas artesanales del país quieren lograr salir de su situación precaria, deben pensar en estructurarse con miras al mercado internacional de artesanías nacionales o nichos de éste (souvenir, decoración, o uso práctico).

Luego de revisar los varios documentos de entidades nacionales y organismos internacionales que abordan el tema de exportaciones y asociatividad, queremos exponer las tres formas mayormente discutidas para el fomento colectivo del comercio exterior<sup>42</sup>: Agrupaciones de compras y ventas, Comercializadoras y Consorcios de exportación (siendo esta forma la que nosotros consideramos más apropiada para nuestro planteamiento).

#### **Agrupaciones de Compras y Ventas**

---

<sup>41</sup> Síntesis de los principios y esquemas de trabajo de FUNDEPYME.

<sup>42</sup> ONUDI. The Development of Clusters and networks of SME's: a guide to Export Consortia. Pag. 3 - 4.

Su objetivo principal es la creación de una unidad de compra/venta para el conjunto de empresas, intentando obtener mejores condiciones que con los proveedores/ compradores, en función de la escala de operaciones. No existen compromisos formales sino acuerdos de buena fe.

Puede considerarse como una etapa a utilizarse para llegar a provocar procesos de integración más depurados. Sin embargo, existe la posibilidad de que los integrantes busquen usarlo simplemente de forma coyuntural y a su conveniencia individual.

### **Comercializadoras**

Bajo este esquema, se crea una empresa comercial con intereses y economía propia. Opera en gran escala o para un mercado específico (geográfico o por tipo de cliente), ya sea con productos propios o de terceros a los cuales puede simplemente promocionar y/o comprar/vender.

El problema más frecuente de este esquema es que en muchas oportunidades, las empresas poco a poco pueden sentirse alentadas a renunciar a la producción propia y quedarse simplemente como intermediarios. Si no, existe la posibilidad de que sólo una empresa genere ventas y se sienta o se perciba que los demás miembros asociados estén sacando lucro del negocio.

### **Consortios de Exportación**

Es una alianza voluntaria de empresas cuyo objetivo es el promocionar los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero, y facilitar la exportación de sus productos a través de acciones conjuntas. Actualmente, es el esquema que la ONUDI y el Centro de Comercio Internacional (CCI) impulsan a nivel mundial como esquema para integrar las MIPyMES al mercado internacional.<sup>43</sup>

Las características de los consorcios son las alianzas formales de mediano o largo plazo, y típicamente los servicios son provistos de manera exclusiva para las empresas miembros; quienes mantienen su autonomía financiera, legal y gerencial; utilizan una sola marca (igual que a una empresa transnacional) y contratan a un gerente para administrar las actividades agrupadas, las cuales pueden ser solo servicios de soporte.

Los beneficios de los Consorcios son los de todo modelo de asociatividad bien concebido, proyectado y ejecutado:

- ✓ Economías de Escala.
- ✓ Disminución en los costos de transacción.
- ✓ Aumento de los flujos de información técnica.
- ✓ Mejoría del nivel de asesoría técnica.
- ✓ Adquisición de mayor know - how.
- ✓ Mejora en la eficiencia.

---

<sup>43</sup> Idem Pag. 19 – 20.

- ✓ Mayor poder de captación de recursos financieros
- ✓ Negociaciones directas con el exterior.
- ✓ Reducción de costos de producción.
- ✓ Disminución de costos de exportación.
- ✓ Diversificación de mercados de intercambio comercial.
- ✓ Aumento de los beneficios.<sup>44</sup>

Aparte existe la flexibilidad de organización, que no existe en los demás esquemas:

- Por su propósito: para la promoción y/o para la venta.
- Por la composición de sus miembros: de un solo sector (competidores directos o similares de la misma rama) o multisectorial (agrupando a productores de bienes y servicios complementarios).
- Provenientes de una región, o de diferentes regiones.
- Enfocados a abordar una región específica, o dirigidos a una escala global.
- Estructura transversal.

Los servicios prestados por los Consorcios de Exportación son:

- Servicios Administrativos (secretariales).
- Traducciones y consultoría en exportación.

---

<sup>44</sup> Idem Pag. 21.

- Asistencia Legal.
- Creación de un sistema de información común para la difusión de información relevante.
- Asistencia en cuanto a transporte y procedimientos de aduana.
- Establecimiento de enlaces con instituciones nacionales o locales.
- Publicidad conjunta.
- Participación conjunta en eventos de promoción comercial, tanto en el país de origen como en el extranjero.
- Creación de comunicación colectiva, promoción y planes de mercadeo.
- Creación de una marca del consorcio y el apoyo a la misma, a través de actividades de promoción.<sup>45</sup>

Algunas veces, aparte de lo anterior, se brindan servicios más allá de la promoción:

- ✓ Organización de capacitaciones y seminarios en conjunto.
- ✓ Investigación de mercados.
- ✓ Introducción de estándares de calidad.
- ✓ Identificación de distribuidores y clientes.
- ✓ Establecimiento de una red de distribuidores en común.

---

<sup>45</sup> Idem pag. 21 -22.

- ✓ Investigación y desarrollo de nuevos productos, a fin de cumplir con las preferencias cambiantes de los clientes.
- ✓ Recuperación de créditos otorgados por los participantes a sus clientes.

### CUADRO 3.1

Pasos para la Creación de un Consorcio<sup>46</sup>

2 Meses	3 Meses	5 Meses	2 Meses
<b>SENSIBILIZACIÓN</b>	<b>CONFORMACIÓN</b>	<b>CONSOLIDACIÓN</b>	<b>PUESTA EN MARCHA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas a Empresas.</li> <li>• Entrevistas Individuales.</li> <li>• Charlas de Sensibilización.</li> <li>• Capacitaciones Sectoriales.</li> <li>• Oportunidades Comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidación de Base de Confianza:</li> <li>• Presentación de cada una de las empresas.</li> <li>• Visitas en plantas/ oficinas.</li> <li>• Capacitación conjunta</li> <li>• Reglamento Interno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de proyectos piloto en conjunto (compras conjuntas, promoción conjunta, etc.)</li> <li>• Desarrollo de Plan de Negocios.</li> <li>• Contratación de Gerente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución del Plan de Negocios.</li> <li>• Búsqueda de Aliados Estratégicos.</li> <li>• Legalización del Consorcio.</li> <li>• Gestión de fondos propios y externos para la ejecución.</li> </ul>

Sin embargo, existen factores que pueden venir a afectar el proceso de creación como:

- Duda por parte de las empresas participantes relativas a la novedad del concepto de Consorcios.
- Falta de confianza y la resultante apatía a formar asociaciones con la competencia local.
- Tentación a abusar del consorcio como medio para obtener objetivos personales.

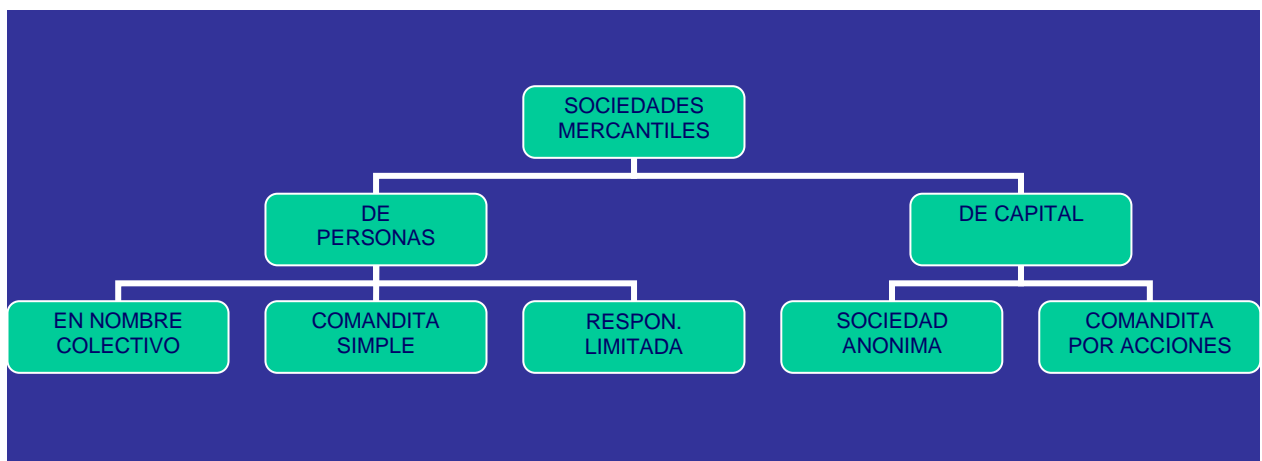
<sup>46</sup> Idem Pag. 23.



- Problemas relacionados con movilizar la contribución financiera de los miembros.
- Uso de consorcios para acceder a los subsidios.
- Deserción de las empresas en las primeras fases de creación, debido a los diferentes intereses al exportar.
- Ausencia de un líder dentro de los participantes que le dé impulso a los proyectos.
- Falta de un marco legal que permita la cooperación inter empresarial.
- Convicción de las empresas de que no se pueden beneficiar de la membresía en un consorcio, ya que ellos actualmente exportan, sin visualizar la posibilidad de abordar nuevas oportunidades.<sup>47</sup>

**FIGURA 3.1**

Formas Jurídicas que pueden adoptar los Consorcios<sup>48</sup>



Es una realidad que los empresarios artesanales puedan encontrar problemas que se deriven del bajo crecimiento por la internacionalización de las MIPYMES, o porque se den

<sup>47</sup> Idem Pag. 24.

<sup>48</sup> Información sugerida por el staff legal de CENTROMYPE.

desajustes en su economía y que pueden afectar todo su entorno empresarial (tejido).

Pero a su vez también, algunas de las empresas entrevistadas reconocen que es una oportunidad para que se sensibilicen y vean la realidad para desarrollarse y enfrentar los retos por medio de esquemas de articulación o asociativos, que podemos resumir en:

- Mejor servicio al cliente.
- Precios competitivos.
- Mejorar la gestión empresarial.
- Diversificación permanente de la oferta.
- Mejorar la calidad de productos y servicios.
- Mercado eficaz a nivel nacional e internacional.
- Innovación.

Estos son retos que grandes empresas pueden enfrentar solas, cosa que no pueden hacer las MIPYMES, ya que no es un secreto que éstas carecen de capacidad y recursos para enfrentarlos individualmente. Es por ello, precisamente, que consideramos que la opción es enfrentarlos de forma asociada, razón por la cual contemplamos una asociación bajo la forma de un Consorcio Exportador de Artesanías (una estructura transversal)<sup>49</sup>:

- Tendría que ser de ventas para tener un mayor poder de negociación tanto con clientes como con proveedores de

---

<sup>49</sup> Esquema propuesto por las autoras del documento.

servicios relacionados a la exportación, y mejorando la capacidad de gestión y toma de decisión.

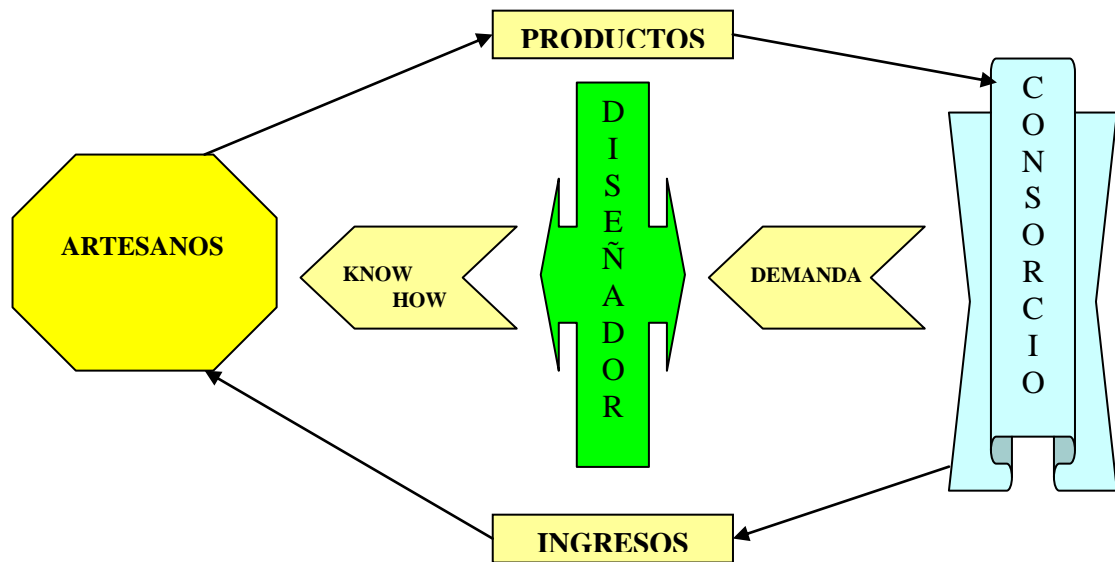
- Sectorial compuesto por aquellas empresas dispuestas a brindar artesanías complementarias, en las que se ofrecería elaborar, una gama de posibles productos “a la medida”, con diversas materias primas disponibles y permitidas, ampliando la oferta individual.
- Esto implicaría ser multiregional o con representación geográfica de los centros artesanos estudiados en este trabajo. Podrían ser empresas colectivas (cooperativas) o competidoras, aglutinadas para ampliar sus economías (empresas de capital), y que buscan: reducir costos de operación u otros; acceder a nuevas estrategias; acelerar su proceso de aprendizaje intercambiando experiencias; especializándose en procesos productivos que tengan mayor ventaja, e incorporando tecnología de mayor productividad.
- Preferiblemente con un alcance global enfocado a un nicho específico renovado constantemente, lo que posibilitaría penetrar en nuevos y atractivos mercados.

La clave del Consorcio vendrá dada por la estrategia de funcionamiento técnico con cada centro de producción artesanal<sup>50</sup>:

### **FIGURA 3.2**

---

<sup>50</sup> Estrategia elaborada partiendo de los resultados de las encuestas y documentación consultada.



El Consorcio de Exportación se encargaría de investigar cuál es la demanda y tendencias del mercado mundial de las artesanías; esta información en turno sería trasladada a un(a) diseñador(a)- que para la sostenibilidad del proyecto preferiblemente debería ser una artesano local - quien se encargaría de crear prototipos de artesanías que cumplan con las especificaciones brindadas por el mercado (funcionaría como la unidad de innovación y desarrollo de las MIPYMES artesanales). Luego, el nuevo diseño sería impartido mediante talleres a los artesanos para que inicien la reproducción comercial de las artesanías según pedidos. El Gerente del Consorcio se encargaría de recibir los embarques para su promoción y venta al comprador; y finalmente el Consorcio trasladaría el ingreso neto de las ventas a los artesanos - quienes son los dueños del Consorcio.

Las funciones del Consorcio serian las de programar y asistir a las ferias o ruedas de negocios especializadas a nivel internacional, desarrollar catálogos de los productos generados por los artesanos, llevar las acciones de comercialización, gestionar la asistencia y cooperación ante entidades estatales y privadas (incluyendo organismos internacionales), efectuar trabajo o contratar servicios de inteligencia de mercados, ser enlace con proveedores de insumos y servicios para los artesanos, y hacer propuestas gerenciales a los artesanos para decidir el rumbo de la empresa.

En aras de ir creando una mentalidad empresarial en los artesanos, ellos deberán seleccionar personas dentro de sus grupos para acompañar al Gerente del Consorcio en sus labores, especialmente la de asistir a las ferias y ruedas de negocios (inicialmente como observadores y con el tiempo como expositores) y gestionar ante terceros y proveedores.

Para que este modelo de asociatividad surja, potenciado desde un inicio, debería gestionarse simultáneamente la cooperación y servicios de asesoría por parte de instituciones como: CONAMYPE, CENTROMYPE o FUNDEPYME, para su respectiva formación y estructuración; CEDART, para la capacitación de los artesanos en nuevas técnicas e innovación creativa; Exporta El Salvador, para estudios de mercado, identificar ferias y misiones comerciales oportunas, seleccionar la logística y coaching empresarial; el CNR, para proteger la propiedad intelectual de nuevos diseños emergentes de los productores nacionales; MIREX, para la promoción cultural y comercial de los productos generados en las misiones

diplomáticas claves; la Cámara de Comercio, para su respaldo político ante instituciones estatales, y acceso a servicios de otros gremios complementarios; y la cooperación internacional bilateral e multilateral, para apadrinamiento en mercados selectos (EuroCentro, SIPPO de Suiza, o TFOC de Canadá, por mencionar algunos).

## Conclusión

En consecuencia, planteamos que la *asociatividad* debe ser vista como un vínculo por medio del cual se pueden generar, de forma integral, acciones de desarrollo económico en que los intereses vayan orientados a mejorar la competitividad; considerando que el país y el gobierno deben ver la competitividad como una posibilidad que tienen los empresarios MIPYMES (artesanales), para alcanzar un desarrollo empresarial y un potencial digno y exitoso, económico ya que se tendrían mejoras en la productividad y en el talante sectorial.

Estimamos fundamental el crear estrategias enfocadas a trabajar sobre la base real que en viven las MIPYMES en El Salvador y, principalmente, las que han sido nuestro objeto de estudio: las MIPYMES artesanales, o sea, las empresas que se dedican a la producción de artesanías en los sitios identificados con mayor auge de esta actividad. He aquí los criterios pro los que consideramos fundamental crear estrategias coherentes con este sector:

- El nivel de vida de un país depende cada vez más de la competitividad que las empresas tengan y si éstas se asocian es más factible que esta mejore.
- Es la competitividad la que determina si las empresas están en la capacidad de aprovechar las oportunidades ante la apertura de mercado, y en forma asociada es más factible que las empresas lo logren.

- La asociatividad permite a las empresas sobreponerse a las limitaciones de los mercados nacionales y lograr mejores niveles.
- Es posible maximizar las inversiones en función del objetivo de desarrollo.
- Pueden generar más fuentes de trabajo en el país.
- Potencia la creación y desarrollo de una base local especializada.
- Flexibiliza el mercado de trabajo a nivel nacional o local.
- Promueve y crea condiciones institucionales y económicas para lograr un desarrollo más equilibrado en términos sociales y territoriales.
- Facilita la desburocratización y descentralización de las condiciones legales, administrativas y financieras en la administración pública.
- Genera competencia entre empresas locales y esto estimula la innovación como también la actualización de las capacidades de las empresas.

Todo lo antes mencionado se puede lograr más fácilmente si el Gobierno cumpliera las estrategias, los proyectos y el rol que se le plantean; ya que es él quien influye en el entorno del sector y tiene ingerencia en cualquier determinante de un proceso asociativo, en la medida en que logra disminuir o



aumentar las probabilidades para que un sector como el artesanal obtenga ventajas competitivas.

Pero más decisivo es que los empresarios mismos, tomen convicción de que la asociatividad es el modo socio-económico por el cual pueden alcanzar el éxito en comparación con sus competidores.

#### **CONCLUSION FINAL**

En el estudio de las Relaciones Internacionales es fácil darse cuenta que lo que el modelo Neo-liberal genera son rivalidades; que no son exactamente el libre ejercicio de una

sana competencia, ya que impiden que América Latina y fundamentalmente El Salvador, superen los rezagos económicos y sociales que, por décadas, los modelos económicos han impuesto a empresas y trabajadores, exponiéndolos a la indiferencia y menosprecio de los países del llamado Primer Mundo.

Se supone que, "el trabajo", preserva la libertad económica individual, al mismo tiempo que posibilita la acción corporativa, hacia la implantación de un sistema que -teniendo como base la Responsabilidad Social de los diferentes protagonistas (Estado, Empresas, Empresarios y Trabajadores)-, los colocará definitivamente en el camino hacia el logro de un desarrollo económico-social sustentable.

En respuesta a la presión interna y externa del sistema con las altas tasas de desempleos, la baja productividad, el retraso tecnológico e investigativo del país y la aún más marcada brecha entre ricos y pobres; en El Salvador, las MIPYMES han sido la respuesta para afrontar la situación.

Nuestro objetivo general se ha cumplido, pues hemos venido analizando, de la situación actual de MIPyMES: los numerosos programas y proyectos que existen por parte de los diversos actores como el Estado, la cooperación internacional, las organizaciones no gubernamentales, las instituciones privadas y los mismos gremios empresariales; los obstáculos que los empresarios con incentivo a la exportación enfrentan. A través de este análisis, en los diferentes capítulos se pudo concluir que la lucha más grande es contra el mismo sistema económico en el cual estamos sumergidos, pues éste promueve

el individualismo económico, en contraposición al cooperativismo y a la asociatividad; sin embargo, es una contradicción del mismo sistema que en la actualidad se le esté revirtiendo su negativa a una dinámica de carácter colectivo, pues, justamente se está promoviendo un movimiento asociativo como solución a las MIPYMEs, aquí a nivel interior.

Al haber iniciado el presente análisis, retomando la Teoría de la Integración con enfoque Neo funcionalista, para aplicarla a la realidad concreta que hemos abordado, finalmente nuestra propuesta y recomendación es el incentivar un proceso de asociatividad entre los artesanos salvadoreños, que parta de la realidad concreta de éstos, considerando aquellos elementos claves como son la experiencia, la originalidad de las técnicas en la elaboración de sus productos, entre otros. Elementos genuinos que sirvan para su propio éxito.

Resaltamos el hecho de organizar delegaciones de MIPYMEs que puedan asistir a las ferias internacionales más significativas para sus respectivos sectores y clientes; por ejemplo, en el caso de las empresas que elaboran productos alimenticios, observar el empaque y tendencias que puedan relacionarse a los productos que ellas procesan. Aunque las instancias gubernamentales, gremiales y algunas entidades del sector privado, ya contemplan este tipo de informaciones y estímulos varios para promover la participación de las empresas, es importante institucionalizarlo y ampliar la participación de humanos sobre los ya estipulados.

A pesar de que hay programas y proyectos tanto estatales como privados que se dedican a promover la asociatividad empresarial, no se ha desarrollado una estrategia eficaz y orientada a abolir esas barreras del individualismo que existe en los empresarios. Queda claro que se debe generar desde el sistema educativo formal e informal, tanto por el Estado, el sector empresarial avanzado y la cooperación internacional, esa cultura tan necesaria para el desenvolvimiento natural de asociaciones empresariales que le permitan ser más competitivo, así como de facilitar un servicio a la medida a las MIPyMES, el cual esté al alcance del sector artesanal.

Existe el reto de la sostenibilidad en el tiempo y se espera que sean los modos asociativos fácilmente aprobables por los involucrados en el proceso. Con un modelo de Consorcios, pensamos que se puede iniciar factiblemente un proceso cultural de desarrollo asociativo.

Tal estructura, permitiría las economías de escala; se facilitaría el acceso a nuevos mercados, permitiendo mayor competitividad; promovería procesos de aprendizaje y transferencia de tecnología; aumentaría los niveles de especialización como también mejoraría en la calidad y productividad.

Un Consorcio Exportador de Artesanías tendría que ser también de ventas, con un mayor poder de negociación, tanto con clientes como con proveedores de servicios relacionados a la exportación, y mejorar así, la capacidad de gestión y toma

de decisión; compuesto por aquellas empresas dispuestas a elaborar una gama de posibles productos "a la medida" con diversas materias primas disponibles y permitidas, con representación geográfica de los centros artesanos estudiados en este trabajo; preferiblemente con un alcance global enfocado a un nicho específico renovado constantemente, lo que posibilitaría penetrar en nuevos y atractivos mercados.

La clave del Consorcio vendrá dada por la estrategia de funcionamiento técnico con cada centro de producción artesanal, un artesano experto generador de patrones y diseños nuevos o innovadores y un encargado ejecutivo del Consorcio que se encargaría del mercadeo y comercialización neta de la estructura.

Finalmente habría que destacar la visión de trascendencia que conlleva nuestra propuesta de asociatividad; pues, sobre todo, con ella se estará gestando un modelo de carácter grupal, de interés colectivo (sector de empresas de artesanías) y de raíces culturales salvadoreñas; es decir, se trata de un modo socio-económico alternativo a la forma neoliberal que genera individualismo, disociación, alineación, Transculturización y exclusión.

## Bibliografía

1. ARBIZU, Jesús. Desarrollo Exportador de la MYPES, 2004.
2. BUSTILLO, Inés. Asimetrías y Cooperación en el Área de Libre Comercio de las Américas. Revista CEPAL, Mayo 2003.
3. CRUZ, Miriam; López, Carlos y Schatan, Claudia. Pequeñas Empresas, Productos Étnicos y de Nostalgia: Oportunidades en el Mercado Internacional. Diciembre 26 de 2003.
4. <http://conamype.com.sv>
5. <http://minec.gob.sv>
6. <http://www.ufg.edu.sv/ufg/theorethikos/Julio03/identidad4.htm>  
[1](#)
7. La Prensa Grafica, "El Empleo Informal Gana Terreno", lunes 13 de septiembre de 2004, Pág. 42.
8. La Prensa Grafica, "Revista Económica" publicada sábado 28 de mayo de 2005, Pág. 38-39.
9. ONUDI. The Development of Clusters and networks of SME's: a guide to Export Consortia.
10. ZEVALLOS V. Emilio (2003) Micro Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina, Revista CEPAL N° 79.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### **CUADRO 1**

#### DEFINICIONES DE LAS EMPRESAS

		<b>Criterios Microempresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Mediana Empresa</b>	<b>Gran Empresa</b>
Argentina (1)	<b>Ventas</b>	Hasta 0.5	Hasta 3	Hasta 24	Más de 24
Bolivia (2)	<b>Empleo</b>	Hasta 10	Hasta 19	Hasta 49	Más de 49
Chile (3)	<b>Ventas</b>	Hasta 2,400	Hasta 25,000	Hasta 100,000	Más de 100,000
Colombia (4)	<b>Empleo</b>	Hasta 10	Hasta 50	Hasta 200	Más de 200
Costa Rica (5)	<b>Empleo</b>	Hasta 10	Hasta 30	Hasta 100	Más de 100
El Salvador (6)	<b>Empleo</b>	Hasta 4	Hasta 49	Hasta 99	Más de 99
Guatemala (7)	<b>Empleo</b>	Hasta 10	Hasta 25	Hasta 60	Más de 60
México (8)	<b>Empleo</b>	Hasta 30	Hasta 100	Hasta 500	Más de 500
Panamá (9)	<b>Ingresos</b>	Hasta 150,000	Hasta un millón	Hasta 2.5 millones	Más de 2.5 millones
Venezuela (10)	<b>Empleo</b>	Hasta 10	Hasta 50	Hasta 100	Más de 100

*Fuente:* Revista de la CEPAL 79 · Abril 2003

- (1) En millones de pesos. Definición para manufactura. Además hay otras para el comercio y los servicios, también por ventas anuales.
- (2) Existen varios criterios: por empleo, ventas y por activos. Sin embargo, la definición oficial se basa en el empleo.
- (3) En unidades de fomento (UF). Una UF equivale aproximadamente a 24 dólares. También existe otra definición, por empleo.



- (4) Existen dos definiciones: por empleo y por activos.
- (5) Existen otras definiciones por inversión y por ventas anuales.
- (6) Las definiciones oficiales son por empleo y por activos (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE).
- (7) Definición del Instituto Nacional de Estadística. Hay otras dos más, la de la Cámara de Comercio y la de Promicro (todas ellas se basan en el empleo)
- (8) Definición para la manufactura. Además hay otras para el comercio y los servicios, también basadas en el empleo.
- (9) En balboas o dólares (paridad uno a uno)
- (10) Definición únicamente para la manufactura. No hay definiciones para el comercio o los servicios.

## ANEXO 2

### CUADRO 2

#### Proyectos que Impulsa el GOES para el Fomento de las MIPYMES

Proyecto	Descripción
<b>Fondo de Asistencia Técnica (FAT)</b>	Es un fondo al cual el empresario tiene acceso para obtener servicios de asistencia técnica y así mejorar su gestión empresarial y su competitividad. El 80% de los costos de este servicio provienen del gobierno y fuentes de cooperación y el 20% lo pone el empresario. Este fondo opera en tres modalidades: individual, grupal y asociativo.
<b>FAT Individual</b>	Se brinda asistencia técnica y consultaría a micro y pequeñas empresas individuales.
<b>FAT Grupal</b>	Se atienden grupos de empresarios de más de dos que trabajen en la misma actividad empresarial, y se les brinda una asesoría grupal de acuerdo a las necesidades planteadas por ellos.
<b>FAT Asociativo</b>	Se brindan recursos técnicos (asistencia técnica y asesoría) y financieros a grupos de microempresarios organizados que deseen poner en marcha de manera conjunta un proyecto. Con este fondo se espera dejar consolidados estos grupos dentro de un modelo asociativo.
<b>Programa de Bonos de Capacitación</b>	Los empresarios de la zona oriental y paracentral del país disponen de un programa de bonos, mediante el cual reciben capacitación. El empresario paga una parte y la otra es subsidiada a través del bono por las instituciones financiadoras: BID, FEDISAL INSAFORP, CONAMYPE. Este programa está enfocado hacia la demanda, es decir los cursos que recibe el empresario responden

<b>Centro de Información y Documentación</b>	directamente a sus necesidades. Los empresarios, técnicos que trabajan con la MYPE e investigadores cuentan con un Centro de Información y Documentación en CONAMYPE, el cual les ofrece información sobre la MYPE, servicios de instituciones que trabajan con el sector, un registro de consultores en el tema MYPE, una caja de herramientas que contiene aspectos de gestión empresarial , entre otros.
<b>Promoción y Difusión de modelos asociativos</b>	Se están identificando modelos asociativos exitosos para ponerlos a disposición de los empresario para que de esta forma logren establecer redes o agrupamientos que les permitan obtener beneficios como por ejemplo: mejores precios en la compra de insumos, vender más volúmenes de productos, bajar costos de producción, ampliar sus mercados, entre otros.
<b>Análisis y Propuestas a la Legislación</b>	Se está trabajando en analizar aquellas leyes que inciden en el campo de la micro y pequeña empresa, con el fin de que éstas mejoren las condiciones o el entorno de los empresarios.
<b>Simplificación Administrativa en el Gobierno Central</b>	Analizar los requisitos y procesos de formalización de las empresas que las entidades estatales exigen para su formalización es el objetivo de este proyecto. Así como simplificar los trámites y procesos a los empresarios que deseen formalizar su negocio.
<b>Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART)</b>	En los municipios de La Palma, Nahuizalco, Guatajiagua e Ilobasco están funcionando los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) a través de los cuales se está brindando, a los artesanos de dichos municipios y de algunas zonas aledañas, servicios de capacitación y asesoría puntual en áreas de innovación de diseños, técnicas de empaque, de mercadeo, técnicas de producción, cursos de computación y uso de computadoras para obtener información sobre mercados, materias primas, hacer negocios, exponer sus servicios, cursos de inglés que les permita a los empresarios facilitar la comunicación con el turista y empresarios extranjeros.
<b>Caja de Herramientas</b>	Es un sistema de información que integra contenidos y aplicaciones prácticas que facilitan y contribuyen a mejorar el desempeño de las MIPYME.
<b>CLUSTERS</b>	Se define CLUSTERS como un grupo asociativo, entre las cuales se encuentran: agrupación de empresas, organizaciones e instituciones dentro de un área geográfica determinada,

	<p>asegurando la asociatividad entre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores y comercializadores.</li> <li>• Proveedores de los insumos.</li> <li>• Proveedores de infraestructura económica.</li> </ul>
<p><b>Trade Point</b></p>	<p>Es un centro de facilitación de las exportaciones, a través de servicios de comercio exterior especializados, que apoyado con un portal de acceso a redes mundiales, permite el intercambio de información, identificación de oportunidades de negocios y proyección internacional de las empresas participantes.</p> <p>El fin de este instrumento es facilitar y apoyar el proceso de internacionalización de los productos de las PYME salvadoreñas, a través de la presentación de servicios especializados en comercio internacional para enfrentar los retos de la globalización. Los lineamientos para la aplicación de un TRADE POINT son: la factibilidad de exportación, perfil del producto, perfil del mercado, perfil del negocio, formulación del plan de exportación.</p>
<p><b>Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX)</b></p>	<p>EL FOEX, es producto de una iniciativa del GOES a través del MINEC, con fondos provenientes del Convenio de Préstamo con el Banco Mundial BIRF N° 3946-ES, para fomentar el desarrollo de las exportaciones para la Pequeña y Mediana Empresa, a través del financiamiento no reembolsable hasta del 50% del costo de cada actividad elegible dentro de un proyecto exportador, hasta un</p>

	<p>monto máximo de quince mil dólares para empresas individuales y veinte mil dólares para cada una de las empresas en un proyecto asociativo, con un mínimo de participación de cuatro empresas.</p>
--	---

### ANEXO 3

Universidad de El Salvador  
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales  
Escuela de Relaciones Internacionales



La siguiente encuesta es ejecutada por estudiantes de la Universidad de El Salvador, de la carrera de Relaciones Internacionales, para fines exclusivamente académicos. Esta encuesta será parte de una investigación de campo que tiene como objetivo principal evaluar la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas en El Salvador particularmente al sector artesanal.

Indicaciones: • Llene los espacios en blanco.

• Marque con un circulo (©) el literal que crea conveniente.

Nombre de la Empresa:

\_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo clasificaría a su empresa?

a. Micro empresa      b. Pequeña Empresa      c. Mediana Empresa  
d. Gran Empresa

2. ¿Cuántos empleados forman parte de su empresa?

a. de 1 a 4                      b. de 5 a 49                      c. de 50 a 99  
d. mas de 99

3. Su empresa se dedica a:
  - a. producción
  - b. distribución de productos y servicios
  
4. ¿Esta asociado con alguna otra empresa?
  - a. Si
  - b. No
  
5. ¿Esta interesado en la exportación?
  - a. Si
  - b. No
  
6. ¿Su empresa esta preparada con los recursos necesarios para introducirse al sector exportador?
  - a. Si
  - b. No
  
7. Si la respuesta anterior es negativa ¿Qué recursos considera que le hacen falta a su empresa?
  - a. Recursos Económicos
  - b. Recursos Humanos
  - c. Recursos Técnicos
  
8. ¿Cree usted que con los Tratados de Libre Comercio se le facilita al empresario salvadoreño la exportación?
  - a. Si
  - b. No
  
9. ¿Cuáles considera usted que son los obstáculos que enfrenta el empresario salvadoreño al incorporarse al sector exportador?
  - a. Falta de información acerca del proceso de comercialización hacia el exterior.
  - b. Falta de apoyo por parte del Gobierno Salvadoreño
  - c. Obstáculos financieros
  - d. Tecnológicos

- e. Estructura regulatoria y competitividad internacional
  - f. Falta de recursos humanos
  - g. Otros
- 
- 

10. Conoce alguno de estos programas promovidos por el Gobierno Salvadoreño:

- a. FAT
- b. BONOMYPE
- c. Caja de Herramientas
- d. FOEX
- e. Trade Point

11. ¿Ha recurrido alguna vez a dichos programas?

- a. Si
- b. No

Si su respuesta es afirmativa ¿a cual programa? \_\_\_\_\_

12. ¿Qué tipo de asistencia solicito a dichos programas?

- a. Asistencia Técnica
- b. Asistencia Financiera

¿Por

qué? \_\_\_\_\_

---

13. ¿Considera ud. que fue efectiva la asistencia recibida por dicho programa?

- a. Si
- b. No

¿Por  
qué? \_\_\_\_\_  
—



## ACRÓNIMOS

AFIS: Programa de Apoyo y Formación para la Internacionalización de Empresas Salvadoreñas

ANEP: Asociación Nacional de la Empresa Privada.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

BIRF: Banco Interamericano y de Reconstrucción y Fomento

BONOMYPE: Programa de Bonos de Capacitación.

CEDART: Centro de Desarrollo Artesanal.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina.

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa.

DIGESTYC: Dirección General de Estadísticas y Censos.

EXPRO: Programa de Promoción de las Exportaciones.

FAT: Fondo de Asistencia Técnica

FAT/PAC: Fondo de Asistencia Técnica para Proyectos Asociativos Competitivos.

FEDISAL: Fundación Para la Educación Integral Salvadoreña

FOEX: Fondo de Fomento de Exportaciones.

FOMIN: Fondo Multilateral de Inversión.

GOES: Gobierno de El Salvador.

GTZ: Agencia de Cooperación Técnica Alemana.

INFOCENTRO: Centro de Información y Documentación.

INSAFORP: Instituto Salvadoreño de Formación Profesional.

MINEC: Ministerio de Economía.

MIPYME: Micro Pequeña y Mediana Empresa.

MYPE: Micro y Pequeña Empresa.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

ONG: Organización no Gubernamental.

OEA: Organización de Estados Americanos.

PEA: Población Económicamente Activa.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo.

PYME: Pequeña y Mediana Empresa.

SDE: Servicio de Desarrollo Empresarial.

USAID: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo