

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE ECONOMIA



**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

**“LOS PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO Y SU  
INCIDENCIA EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO E INGRESO EN EL  
SALVADOR, PERIODO 2010-2018”.**

**PRESENTADO POR:**

René Gerardo Durán Sánchez DS 84005

Joaquín Ernesto Lebrón Hernández LH 83006

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

LICENCIADO EN ECONOMÍA

OCTUBRE 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

Rector : Msc. Roger Armando Arias Alvarado

Vice-Rector académico : PhD Raúl Ernesto Azcúnaga López

Secretario General : Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

### **Facultad de Ciencias Económicas**

Decano : Msc. Nixon Rogelio Hernández

Secretario : Lic. Vilma Marisol Mejilla Trujillo

Director General de Proceso de Graduación : Licdo. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

Coordinador del Seminario : Msc. Gladys Carmen Flores

Docente director : MBF José Fernando Cortez Meléndez

Jurado Examinador : Lic. José Wilfredo Zelaya Franco

: Lic. José Adolfo Cornejo Morales

: MBF José Fernando Cortez Meléndez

OCTIBRE 2021

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

El presente trabajo investigativo lo dedicamos especialmente a Dios, por ser inspirador y darnos fuerza por continuar en este proceso de obtener los anhelos deseados.

Quiero agradecer a mi director de tesis Lic. Fernando Cortez quien, con su conocimiento, dedicación y apoyo me guio a través de cada una de las etapas de este proyecto, para alcanzar los resultados que buscaba.

Agradezco en memoria de mis padres y especialmente a mi madre Paz Hernández, quien me apoyo de diferentes formas en toda la carrera universitaria, para obtener este grado académico que una vez prometí realizar, y con gran esfuerzo y esmero les cumplí.

Así mismo agradezco a mi familia, amigos que siempre me impulsaron, animaron a culminar este trabajo de tesis. Además, a las instituciones que brindaron información y todos los que participaron para que fuera posible este logro alcanzado.

**Joaquín Lebrón**

A Dios que, en su infinita misericordia, me dio las posibilidades físicas y económicas para poder llevar el proyecto de mi carrera universitaria a feliz término.

A mi familia, por su apoyo, su comprensión y sus oraciones por el tiempo que invertí en mi proyecto y que no pude compartir con ella.

A mis hijos, para demostrarles que nunca es tarde para superarse, que todo es posible con empeño, dedicación, pero sobre todo con fe en Dios.

**Gerardo Durán**

# INDICE

## RESUMEN EJECUTIVO

## INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Marco Referencial .....	1
1.1 GENERALIDADES .....	1
1.1.1 Objetivo General: .....	1
1.1.2 Hipótesis General .....	1
1.1.3 Metodología de Investigación .....	2
1.2 Marco Teórico Conceptual.....	3
1.2.1 Teoría Clásica del empresario .....	3
1.2.2 La Escuela de Harvard .....	4
1.2.3 Teoría Schumpeteriana.....	5
1.2.4 Clasificaciones del Entrepreneurship .....	7
a) La Clasificación de Low y MacMillan .....	7
b) La Clasificación de Stevenson y Jarillo. ....	8
c) La Clasificación de Cunningham y Lischeron.....	9
d) La Clasificación de Veciana y Díaz. ....	11
1.2.5 Teorías del Entrepreneurship .....	12
a) Teoría del empresario organizador .....	13
b) Teoría del empresario arriesgado .....	13
c) Teoría del empresario innovador .....	15
d) Teoría de los rasgos de personalidad.....	16
e) Teoría de la marginación .....	18
f) Teoría de la incubadora.....	20
g) Teoría del desarrollo económico de Weber.....	20
1.2.6 Conceptos sobre Emprendimiento .....	21
1.2.7 Conceptos sobre Emprendedor.....	26
1.3 Tipos de Emprendimientos .....	29
1.4 Clasificación de Emprendimiento .....	32

1.4.1	Por origen: .....	32
1.4.2	Por permanencia en el mercado.....	33
1.5	Marco Institucional y Legal .....	34
1.6	Marco Contextual.....	39
1.6.1	Antecedentes .....	39
1.6.2	Origen del término emprendedor .....	47
1.6.3	Investigaciones sobre la actividad emprendedora.....	50
1.6.4	El emprendimiento en Latinoamérica y El Salvador.....	56
Capítulo II: Programas de Apoyo al Emprendimiento y su incidencia en el empleo y el ingreso en El Salvador.....		68
2.1	Principales programas de apoyo al emprendimiento .....	68
2.1.1	Sector público.....	68
2.1.2	Sector privado .....	69
2.2	Caracterización de los programas .....	70
2.3	Emprendimientos y/o empresas emprendedoras atendidos.....	82
2.3.1	Por programa .....	85
2.3.2	Por actividad económica .....	91
2.3.3	Por localización geográfica .....	95
2.3.4	Lideradas por mujeres y hombres .....	96
2.3.5	Empleos generados.....	98
2.3.6	Ingresos generados .....	102
2.4	Tipo de apoyos recibidos .....	106
Capítulo III: Conclusiones y recomendaciones .....		108
3.1	Conclusiones .....	108
3.2	Recomendaciones.....	117
BIBLIOGRAFÍA .....		122
ANEXOS .....		136

## **INDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Emprendedores atendidos por El Salvador Emprende a través de CONAMYPE.

Gráfico 2. Personas trabajadoras ocupadas según tamaño de la empresa.

Gráfico 3. Personas trabajadoras en las MYPE desagregadas por sexo.

Gráfico 4. Personas trabajadoras por área geográfica según tamaño de la empresa.

Gráfico 5. Personas trabajadoras de las MYPE según sector de actividad económica

Gráfico 6. Principal fuente de financiamiento al inicio de operaciones.

## **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Teorías de Emprendimiento

Tabla 2: Etapas comunes en los modelos de incubación de empresas.

Tabla 3. Tasas de Emprendimiento en El Salvador (% Población entre 18 y 64 años)

Tabla 4. Registro Administrativo de Empresas 2010-2018

Tabla 5. Presupuesto por emprendedor, programa Salvador Emprende y emprendedores atendidos por CONAMYPE.

Tabla 6. Emprendedores atendidos por el programa Pixels.

Tabla 7. Emprendedores atendidos por el programa EmprendES.

Tabla 8. Emprendedores atendidos por el programa Empretec.

Tabla 9. Emprendedores atendidos en programa PROINNOVA 2010-2018.

Tabla 10. Beneficiarias programa Voces Vitales El Salvador

Tabla 11. Proyectos ganadores Programa Pixels 2010-2018

Tabla 12. Empresas creadas y empleos generados por el programa Pixels.

Tabla 13. Distribución de las empresas atendidas según área geográfica.

Tabla 14. Clasificación por programa y género del propietario

Tabla 15. Ubicación de los emprendedores por departamento y segmento.

Tabla 16. Empleos generados por programa periodo 2010-2018

Tabla 17. Empleos generados en El Salvador periodo 2010-2018

Tabla 18. Ventas generadas por los emprendimientos de los programas de apoyo 2010-2018

Tabla 19. Producción bruta a precios corrientes de El Salvador 2010-2018

Tabla 20. Ventas brutas mensuales según tamaño de empresa.

Tabla 21. Tasa de interés anual pagado según tamaño de la empresa.

Tabla 22. Servicios brindados por CONAMYPE 2010-2018

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Sistema Nacional para Desarrollo de la MYPE y Consejo Asesor de Emprendimiento.

Figura 2. esquema del proceso de implementación del emprendedurismo.

Figura 3. hélice de las incubadoras de empresas plantada por Etzkowitz y Leydesdorf.

Figura 4. Terminología relacionada con Entrepreneur y entrepreneurship

Figura 5. servicios de apoyo brindado por las incubadoras de empresas.

Figura 6. Nivel de Emprendimiento en Latinoamérica.

Figura 7. Clasificación del segmento MYPE en porcentajes

Figura 8. Criterios de Clasificación de la MYPE.

Figura 9. Distribución de las MYPE por departamento

## **INDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Resumen principales incubadoras de empresas en Latinoamérica.

Anexo 2. Fin y Objetivos de La Política Nacional de emprendimiento

Anexo 3. Ejes sobre los cuales se sustenta el programa EL SALVADOR ADELENTE

Anexo 4. Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) y socios públicos privado con instituciones.

Anexo 5. Política Nacional de Emprendimiento, contenido de Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa y otros marcos jurídicos

Anexo 6. Presupuesto CDMYPES periodo 2014-2018

Anexo 5. Resolución 09 2021 CONAMYPE

Anexo 7. Consolidado de estadísticas sobre empleos

Anexo 8. Resolución 09 2021 CONAMYPE

Anexo 9. Memorando UPP 001/2021 OIR Ene/2021 CONAMYPE

Anexo 10. Memorando UCT 013/2021 CONAMYPE

Anexo 11. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2010

Anexo 12. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2011

Anexo 13. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2012

Anexo 14. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2013

Anexo 15. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2014

Anexo 16. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2015

Anexo 17. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2016

Anexo 18. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2017

Anexo 19. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2018

Anexo 20. Cuentas de Producción Bruta por Actividad Económica. A Precios Corrientes, BCR



## **RESUMEN EJECUTIVO**

Dos de los principales objetivos del Estado son aumentar el crecimiento económico y disminuir la tasa de desempleo; por tanto, se puede inferir que el apoyo dado al surgimiento de nuevas empresas a través de programas de apoyo al emprendimiento en El Salvador responde a dichos objetivos; sin embargo, es importante determinar si los resultados han sido los esperados.

En ese sentido, en el presente documento se realiza un esbozo inicial sobre el surgimiento del emprendedurismo, así como las concepciones base que ha marcado su evolución y caracterización. Seguidamente, se expone la base central del modelo: el emprendedurismo, que permita concebir de manera holística el funcionamiento e implementación de las incubadoras de empresas. Luego, y como parte esencial más allá de los planteamientos teóricos se presentan experiencias internacionales y nacionales, que permitan enlazar y comprender las diferencias, elemento necesario del desarrollo endógeno de cada país para su implementación.

Es en este marco en el cual se presenta la siguiente investigación, basada en la recopilación de información sobre programas de apoyo a emprendedores, que se están llevando a cabo dentro de El Salvador, mencionando algunos de los más relevantes proyectos, las instituciones que los impulsan. Así también se darán a conocer los avances alcanzados, junto con algunos resultados obtenidos en la ejecución de estos.

También analizaremos información sobre el modelo de incubación de empresas como un mecanismo de promoción de desarrollo económico con inclusión de actores como la academia y la empresa privada, bajo una línea de innovación y emprendedurismo, que permita ser una de las respuestas a las crisis económicas.

Los principales programas de apoyo al emprendimiento que se analizarán dados sus resultados, son los siguientes:

- El Salvador Adelante, lanzado en 2014 por el gobierno de Salvador Sánchez Cerén
- Programa EmprendES, lanzado por CAMARASAL
- Programa PIXELS, lanzado en 2009 por el Ministerio de Economía
- EMPRETEC, lanzado como franquicia por FUNDEMAS, pertenece a la UNCTAD
- PROINNOVA, lanzado por FUSADES en 2008
- Voces Vitales, programa surgido a iniciativa de Hillary Clinton y que su modelo se ha replicado en muchos países del mundo, incluido El Salvador.

Se plantearán las herramientas de política económica que pretenden contribuir al desarrollo de nuevas empresas, que permitan superar las tendencias de bajo crecimiento económico, fomentando la producción de los bienes y servicios transables, con valor agregado y diversificación productiva y de mercados.

Además, se analiza la visión de la Política Nacional de Emprendimiento y sus 5 ejes sobre los cuales se pretende potenciar el nivel de emprendedurismo del país, los cuales son: a) Innovación en la industria de soporte; b) Emprendimiento en el sistema educativo; c) Acceso a financiamiento; d) Mentalidad y cultura emprendedora y d) articulación institucional

También se analiza el rol de las instituciones que asumen la responsabilidad en el apoyo a estos programas por parte del estado como son:

CONAMYPE se convierte en la institución adecuada para ejecutar en el país una cultura emprendedora por medio de seminarios, conferencias, talleres de participación, concursos, entre

otros; a los que la población en general puede acceder y contribuir a cultivar o despertar un hábito emprendedor que favorecerá a la formación y creación de nuevas empresas.

El Ministerio de Educación (MINED) que evalúa y planifica, a través de acciones estratégicas, la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora en el país.

El Ministerio de Economía (MINEC) que se involucra de forma específica en el acompañamiento de este proceso, de forma que pueda capitalizar estas iniciativas como parte del desarrollo de las economías locales y nacionales.

El Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL) que crea programas de financiamiento a jóvenes emprendedores.

El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP): que desarrolla una capacitación avanzada en áreas técnicas importantes para el mejor desempeño para las empresas.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo, comprendido como tal, posee una serie de aristas teniendo cada una de ellas la misma importancia, colocando al ser humano como el centro y el sujeto del mismo. Uno de estos componentes es lo socio económico, como estimulador de un entorno facilitador de procesos de desarrollo. Así, las empresas son un elemento fundamental como un mecanismo de producción de bienes y servicios que, en el escenario nacional y territorial, conjugan para el logro del interés social e individual.

La economía mundial ha pasado por una serie de crisis financiera que han afectado a muchos países, principalmente aquellos de renta media y baja, lo que ha llevado a la reducción de la inversión y otras fuentes de inyección de ingreso, como préstamos, canjes de deuda y cooperación internacional, siendo una de las más significativas la sucedida en el año 2008 y de la cual todavía se está recuperando la economía mundial.

Según el Banco Mundial (2019), el crecimiento económico de El Salvador solamente ha superado el 3% en dos ocasiones desde el año 2000, promediando 2.3 % en el último quinquenio y 1.3% en los últimos 60 años, una de las tasas más bajas de Centroamérica. Según la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES 2017) señala que de 91,300 salvadoreños que ingresan cada año a la Población económicamente activa (PEA), solo 54,500 son absorbidos por el aparato productivo. Las restantes 36,800 personas se suman a la población desocupada o inactiva; por otro lado, de la población absorbida, no todos logran un empleo formal. FUSADES señala que solamente 12,400 personas adquieren puestos de trabajo formales; el resto se inserta en el mercado informal.

Dada esta situación en el mercado laboral el emprendimiento fue generando expectativas a partir del surgimiento de instituciones especializadas en microfinanzas que fueron potenciando los pequeños negocios a pesar de la alta tasa de interés que se les cobraba. Por tanto, primero se crearon instituciones de apoyo a las MIPYMES, como fue el caso de CONAMYPE, y posteriormente, fueron diseñados los programas de apoyo al emprendimiento.

Esta investigación está desarrollada en tres capítulos, en el primero, se establecen los orígenes y antecedentes de la terminología sobre emprendimiento, las diversas investigaciones realizadas de la temática en estudio, las diversas corrientes que sustentan la evolución teórica, la concepción de emprendimiento y emprendedor y el marco legal desarrollado en El Salvador para la potencialización del sector.

Para el segundo capítulo, se analizan algunos de los programas de apoyo al emprendimiento, su caracterización, las estadísticas sobre las variables analizadas de empleo y ventas y su impacto a nivel de toda la economía.

Al final se sacarán conclusiones sobre el impacto generado por cada uno de los programas a nivel nacional, en función de las nuevas ventas generadas y los nuevos empleos generados; mencionando algunos casos de éxito de personas emprendedoras que fueron beneficiadas con estos programas. Además, se harán las recomendaciones pertinentes para mejorar cada uno de estos programas para que puedan generar un beneficio mucho mayor para los emprendedores y sus familias. Entendiendo que toda estrategia enfocada al crecimiento y desarrollo productivo del país debe permitir generar acciones sectoriales dirigidas a grupos de interés.

## **Capítulo I: Marco Referencial**

### **1.1 GENERALIDADES**

#### **1.1.1 Objetivo General:**

Medir el grado de incidencia de los programas de apoyo al emprendimiento en El Salvador en la generación de empleo e ingreso por los emprendimientos creados en el periodo 2010-2018.

##### a) Objetivos específicos:

- Determinar las empresas o emprendimientos creados en los programas de apoyo por localización geográfica, empleos e ingresos generados.
- Clasificar las empresas por áreas de la actividad económica, sexo, empleos e ingresos generados durante el periodo de investigación
- Analizar el tipo apoyo por parte del sector privado y del sector público a los diferentes programas creados y resultados en términos de empleo e ingresos en el periodo de la investigación

#### **1.1.2 Hipótesis General**

El grado de incidencia de los programas de apoyo al emprendimiento en El Salvador en la generación de empleo e ingreso por los emprendimientos creados en el periodo 2010-2018 han sido limitados.

##### a) Hipótesis Específicas

- Las empresas o emprendimientos creados en los programas de apoyo están

presentes a nivel nacional pero fundamentalmente en el AMSS.

- Las empresas creadas se encuentran en áreas de la actividad económica con poca innovación y poca inversión generando poco empleo e ingreso.
- El apoyo brindado por los programas de emprendimiento ha sido limitado enfocándose en el área de capacitación y asistencia.

### **1.1.3 Metodología de Investigación**

Para realizar esta investigación, se utilizará el método deductivo e inductivo, el primero porque de conclusiones generales se podrán realizar explicaciones particulares, ya que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular, y el método inductivo porque para obtener conclusiones se partirá de hechos particulares aceptados como válidos, cuya aplicación sea de carácter. Además, se utilizará el método analítico a partir de la información recopilada en cada una de las instituciones que tienen programas para emprendedores.

Por otra parte, para demostrar las hipótesis planteadas se hará uso del método cuantitativo, ya que la medición de las variables en estudio es estrictamente traducible a números. Nuestra investigación utiliza variables y estas muestran datos numéricos especificando y demostrando la información en tablas, y de manera estadística con el objetivo de relacionar en forma clara y concisa la comprobación de las hipótesis planteadas.

## **1.2 Marco Teórico Conceptual**

### **1.2.1 Teoría Clásica del empresario**

Para los autores clásicos del S. XVIII, el proceso empresarial funciona sólo. Lo único que se necesita es capital; el mercado se encarga de todo lo demás. Los economistas de esta época no se interesan por la figura del empresario y durante mucho tiempo se identifica a éste como el capitalista, el patrono o propietario.

Richard de Cantillon introduce el término “entrepreneur” en la literatura económica cuando identifica el riesgo soportado por los empresarios. Define el “entrepreneur” como el agente que compra medios de producción a ciertos precios para poder combinarlos en un producto que va a vender a precios que son inciertos en ese momento. Cantillon describe a lo que hoy llamamos emprendimiento como una función económica especial: “el granjero es un empresario que se compromete a pagar al propietario de la finca una suma fija de dinero sin la garantía de los beneficios que se derivan de esta empresa”.

Jean Baptiste Say, continuando con la tradición francesa, desarrolla su análisis y considera al “entrepreneur” como el agente que combina los elementos económicos en un organismo productivo o empresa. Say describe al emprendedor como la persona que desplaza los recursos económicos de un área de baja productividad a una zona con mayor productividad y rendimiento.

Say rompe la equivalencia entre empresario y capitalista al especificar que para ser empresario no es necesario ser dueño o propietario. Say es el primero que se refiere a las cualidades que debe reunir un empresario y considera que no se trata únicamente de contar con aptitudes empresariales, sino también de cualidades morales. Además del conocimiento de su arte, es



necesario disponer de capacidad de juicio, de constancia y de un cierto conocimiento de las personas.

Walras describe en 1877 al emprendedor como un coordinador y árbitro. El emprendedor es uno de los cuatro “jugadores” de la economía, además del terrateniente, el capitalista y el trabajador. Sin el emprendedor no hay actividad, no hay cambio (como se citó en Palau, 2016).

### **1.2.2 La Escuela de Harvard**

A principios del S. XX, los historiadores económicos empiezan a centrar su atención en los hombres de negocios y en sus empresas, y apuntan que son un agente importante en la expansión económica. También ponen de manifiesto la contribución de los inventores en el desarrollo de nuevas tecnologías.

El primer intento de estudiar el papel del empresario desde el punto de vista académico fue realizado por N.S.B. Gras a finales de los años veinte (primera mitad del s. XX), que concibió el tema de una manera amplia, situando al empresario en el contexto de la compleja estructura económica de la sociedad y estableciendo las bases de una nueva disciplina académica denominada “Business History”.

El segundo gran esfuerzo por situar al empresario dentro de la historia económica se halla en la creación del Research Center in Entrepreneurial History en la Universidad de Harvard en 1948 bajo la dirección de A. H. Cole. Durante los años treinta y cuarenta, se realizan un gran número de trabajos, desde biografías de empresarios a historias de compañías manufactureras, bancos y otras clases de negocios.

El resultado más patente de los esfuerzos realizados fue el establecimiento en 1947 de un

curso sobre “management of new enterprises” en la Universidad de Harvard dirigido especialmente a centrar la atención sobre las oportunidades, los riesgos y los problemas de dirección relacionados con el establecimiento y funcionamiento de nuevas empresas. El resultado posterior fue la creación de la Harvard Business School.

### **1.2.3 Teoría Schumpeteriana**

El Economista Austriaco Joseph Alois Schumpeter, en su libro *Teoría del desarrollo económico* (1934), planteó que los emprendedores son aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Plantea la creación de empresas innovadoras como factor de desarrollo económico en el marco de su teoría de «destrucción creativa». Para este autor, la actividad emprendedora es el proceso de desarrollar nuevas combinaciones de medios de producción para aprovechar las oportunidades de beneficio que ofrecen los mercados en un periodo de tiempo limitado. Estas nuevas combinaciones de conocimientos son las que promueven el cambio tecnológico y contribuyen a la creación de innovaciones y la formación de nuevas empresas, a través de la citada destrucción creativa. Schumpeter señala que la competencia en la economía capitalista era un proceso dinámico, que resulta incompatible con la concepción neoclásica del desarrollo como un proceso de progresión armonioso en constante evolución. Niega la posibilidad de alcanzar un equilibrio estático, puesto que serán precisamente los emprendedores quienes a través de su actividad lo modifiquen para establecer nuevas posiciones monopolísticas a través de la introducción de innovaciones.

En esta etapa resulta clave el concepto de Schumpeter sobre el empresario que lo define como innovador y a quien atribuye ser el responsable de hacer nuevas cosas o hacer cosas que ya

se estaban haciendo de una nueva manera. Schumpeter y Cole ayudaron a definir el “quien” y el “qué” de la función empresarial. Su enfoque del estudio era la historia del empresario y el logro de las empresas que habían creado.

De acuerdo con Schumpeter, el ingrediente clave de la actividad emprendedora yace en la capacidad innovadora del individuo y puede no incluir la propiedad. El modelo económico más relevante sobre el emprendedor, que se encuentra en “La teoría del desarrollo económico” de Schumpeter, publicada en 1911, identifica tres tipos de elementos que afectan al comportamiento emprendedor: la innovación, la motivación y los factores que inhiben la actividad emprendedora.

- La innovación. El emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, mediante la introducción de nuevos métodos de producción, mediante la apertura de un nuevo mercado, especialmente cuando se trata de un nuevo territorio o de un mercado de exportación, mediante el acceso a una nueva fuente de abastecimiento para materias o productos semielaborados, o incluso mediante la creación de nuevas formas de organización de la actividad económica. Schumpeter critica a Knight por no distinguir entre el emprendedor y el poseedor de los recursos. Recibir un beneficio por asumir el riesgo de pérdida, tal como postula Knight, implica la posesión de recursos. Esto entra en contradicción con la separación entre el rol del emprendedor y el rol del poseedor de los recursos (capitalista).
- La motivación. Para Schumpeter existen tres formas diferentes de motivación empresarial: el deseo de fundar una nueva dinastía; el deseo de ganar, combatir y conquistar; y el disfrute y la satisfacción en la resolución de problemas. Para Schumpeter, el emprendimiento se define como la implementación de nuevas combinaciones. El emprendedor se define por lo que hace y no por lo que tiene. Siguiendo esta idea, los empleados pueden ser

emprendedores también. Para Schumpeter el emprendedor no inventa o encuentra nuevas oportunidades, pero es su función hacer que lleguen a realizarse. El liderazgo, en un sentido schumpeteriano, significa que el emprendedor: - Tiene la visión y la intuición - Tiene el poder de crear algo nuevo - Tiene el poder de superar el escepticismo y la hostilidad de su entorno Schumpeter cree que las características del emprendedor no pueden ser enseñadas y que solo un pequeño porcentaje de los individuos de una población poseen estas habilidades. Lo más importante es que el emprendedor está motivado intrínsecamente y no por el beneficio y el lujo. Su motivación viene del deseo de fundar su propio reino, la voluntad de probar que uno es superior a otros y la alegría de crear (como se citó en Palau, 2016).

- Los factores que inhiben la actividad emprendedora. El tercer grupo tiene que ver con los factores que inhiben la actividad emprendedora: la dificultad que supone planificar y entender una nueva actividad, por el simple hecho de ser desconocida; la inercia que se instala en la propia mente del hombre de negocios; y, por último, la tendencia humana a rechazar cualquier conducta que se desvíe de lo rutinario, incluso si es para mejorar el modo de hacer las cosas. Para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición.

#### **1.2.4 Clasificaciones del Entrepreneurship**

##### a) La Clasificación de Low y MacMillan

Low y MacMillan (1988) ponen de manifiesto la interdisciplinariedad del emprendimiento como disciplina que abarca perspectivas diversas como los aspectos socio-culturales, los rasgos de

personalidad, las redes, la ecología de la población y las cuestiones económicas. Cada una de estas perspectivas puede ser estudiada con tres objetivos teóricos distintos. *Las teorías explicativas* intentan explicar el comportamiento emprendedor y el rendimiento de las iniciativas emprendedoras. *Las teorías predictivas* establecen las condiciones que favorecen el inicio de nuevas empresas y predicen sus éxitos. Por último, *las teorías normativas* establecen guías prácticas, describiendo las acciones más correctas en cada circunstancia.

- *la teoría socio-cultural* intenta vincular el emprendimiento con su contexto social y cultural.
- *La teoría de los rasgos de personalidad* se basa en el argumento de que determinadas características psicológicas predisponen a determinados individuos al emprendimiento.
- *La teoría de redes* se focaliza en los enlaces sociales que facilitan o dificultan las iniciativas emprendedoras.
- *La teoría de la ecología* de la población identifica a los factores ambientales como los determinantes más importantes en el éxito de las nuevas empresas.
- *La teoría financiera* se centra en el mercado de capitales y estudia determinados factores relacionados con la aportación de capital a las nuevas empresas.
- *La teoría económica* se centra en el análisis en el contexto de la naturaleza de la innovación y del nuevo proceso de producción.

b) La Clasificación de Stevenson y Jarillo.

Stevenson y Jarillo (1990) distinguen tres categorías de estudios según el ¿qué?, el ¿por qué? y el ¿cómo? de las actividades emprendedoras:

- El primer enfoque hace referencia a “¿qué pasa cuando los emprendedores actúan?”. El objetivo es estudiar los resultados del emprendimiento y el foco de atención se centra en los resultados de las acciones del emprendedor, no en el emprendedor en sí mismo ni en sus acciones.
- El segundo enfoque se refiere al “¿por qué actúan los emprendedores?” y su objetivo es el estudio de las causas del emprendimiento.
- El tercer enfoque se centra en el “¿cómo actúan los emprendedores?” y su objetivo es estudiar las acciones propiamente dichas de los emprendedores para llevar a cabo sus iniciativas emprendedoras.

c) La Clasificación de Cunningham y Lischeron.

Cunningham y Lischeron (1991) identifican diversas escuelas de pensamiento con visiones muy distintas sobre la actividad emprendedora y las clasifican de acuerdo con su interés en estudiar las características personales, las oportunidades, la gestión o la necesidad de adaptación de una empresa existente:

- The “Great Person” School of Entrepreneurship es una aproximación simple. Según esta perspectiva, el emprendedor posee rasgos e instintos innatos como la intuición.
- The Psychological Characteristics School or Entrepreneurship. Esta escuela se centra en los factores de la personalidad, afirmando que determinados valores y necesidades son condicionantes de la actividad emprendedora. Estos valores se adquieren y se aprenden durante la infancia y quedan bien establecidos como estilos de actuación en la etapa adulta de un individuo. Los emprendedores tienen valores únicos, actitudes y necesidades que les

guían respecto a la vida en general y al trabajo en particular. La persona actúa de acuerdo con sus valores y su comportamiento es el resultado de sus intentos para conseguir satisfacer sus necesidades.

- The Classical School of Entrepreneurship. La característica principal del comportamiento emprendedor es la innovación. El aspecto clave de la actividad emprendedora está en el proceso de “hacer” más que en el de “poseer”. Innovación, creatividad y descubrimiento son los factores clave de esta perspectiva. Las escuelas que evalúan la forma de actuar y de gestionar de los emprendedores son útiles para comprender las habilidades técnicas e interpersonales necesarias para hacer una operación eficiente o para motivar a personas:
- The Management School of Entrepreneurship. Esta escuela sugiere que un emprendedor es una persona que organiza y gestiona un negocio tomando y asumiendo el riesgo para la obtención de un beneficio. Las funciones de un emprendedor incluyen la supervisión, el control y la dirección de una empresa. Los emprendedores son organizadores de una nueva empresa, son gente que dirige, posee, gestiona y asume riesgos. Desde esta perspectiva es posible desarrollar y formar a los emprendedores en las funciones técnicas de la gestión. Esta escuela de pensamiento se ocupa de los aspectos técnicos de la gestión y se basa en el principio de que los emprendedores pueden formarse en un aula.
- The Leadership School of Entrepreneurship: Un emprendedor es a menudo un líder que confía en gente que consigue cumplir propósitos y objetivos. El emprendedor debe ser un líder, capaz de definir la visión de lo que es posible, y atraer a personas que den soporte a la iniciativa para transformarla en una realidad. Los emprendedores son líderes de personas y tienen la habilidad de adaptar su estilo a las necesidades de la gente. Un emprendedor no puede cumplir con sus objetivos de forma individual, depende de otros. Las escuelas que

evalúan la adaptación de las organizaciones existentes adoptando un comportamiento emprendedor pueden redireccionar las operaciones del presente:

- The Intrapreneurship School of Entrepreneurship: Las habilidades emprendedoras pueden ser útiles en organizaciones complejas. El intra-emprendimiento o emprendimiento corporativo es el desarrollo de unidades independientes dentro de una empresa existente con el fin de crear, comprar o expandir servicios, tecnologías o métodos dentro de la organización (como se citó en Chávez, 2019) Las organizaciones deben adaptarse para sobrevivir y la actividad emprendedora permite a la organización realizar este tipo de actividades en las que sus empleados y gestores se conviertan en emprendedores.

d) La Clasificación de Veciana y Díaz.

Díaz (2002), siguiendo el enfoque inicial de Veciana (1999), clasifica las múltiples teorías del ámbito de la creación de empresas en cuatro enfoques:

- Las teorías económicas explican la creación de empresas en base a la máxima racionalidad económica y en la mínima aversión al riesgo, manteniendo que cualquier persona tiene las mismas aptitudes para pasar de ser un trabajador por cuenta ajena a realizar labores de empresario y viceversa.
- Las teorías psicológicas explican la creación de empresas desde una perspectiva individual, analizando los rasgos, características o atributos personales de los empresarios desde un punto de vista empírico.
- Las teorías socioculturales defienden que la decisión personal de crear una empresa y convertirse en empresario viene dada por factores externos y del entorno y concluyen que si la creación de empresas ha florecido es debido a una relación lógica entre la construcción



ideológica y el comportamiento económico.

- Las teorías directivas o gerenciales se basan en el supuesto que la creación de empresas es el resultado de un proceso racional de decisión, en el cual son decisivos los conocimientos y las técnicas que se emplean en las áreas de la economía y la dirección de empresas.

### 1.2.5 Teorías del Entrepreneurship

Las principales teorías del entrepreneurship se encuentran clasificadas en teorías económicas, teorías psicológicas y en teorías socioculturales según la tabla 1; estas a su vez presentan una subdivisión como sigue:

Tabla 1. Teorías de Emprendimiento.

Teorías económicas	Teoría del empresario organizador
	Teoría del empresario arriesgado
	Teoría del empresario innovador
Teorías psicológicas	Teoría de los rasgos de personalidad
Teorías socioculturales	Teoría de la marginación
	Teoría de la incubadora
	Teoría del desarrollo económico de Weber

Fuente: Elaborado en base a el esquema de clasificación de Veciana y Díaz (2002)

a) Teoría del empresario organizador

Cantillon, Say y Mill destacan el importante papel del empresario como coordinador de los factores de producción y como director de la actividad empresarial. A finales del S. XIX y principios del S. XX, J. B. Clark y A. Marshall definen la doctrina del denominado empresario-organizador, empresario-director o empresario-control, que es aquél que se define por su adaptación a las necesidades de la gestión, su capacidad de organización y control del proceso económico de la empresa.

Sin embargo, J. K. Galbraith expone que en el pasado se identifica al empresario como el individuo que une la propiedad o el control del capital con la capacidad de organizar los demás factores de la producción y, en la mayoría de los casos, con la capacidad también de innovar. Al formarse la gran sociedad anónima moderna y al constituirse la organización requerida por la tecnología y la planificación modernas, con la separación del propietario del capital y el control de la empresa, el empresario deja de existir como persona individual en la empresa industrial madura. El empresario como fuerza directora de la empresa queda sustituido por la dirección, el *management*.

b) Teoría del empresario arriesgado

Para F. H. Knight la función principal de empresario es la asunción del riesgo y no la de dirigir el proceso productivo. La esencia de la actividad empresarial es para Knight la incertidumbre o ausencia de conocimiento total acerca de las consecuencias futuras que se derivan de la misma y, el beneficio, el premio o recompensa por la asunción del riesgo. En conclusión, la incertidumbre y el emprendedor como portador de riesgos son los elementos clave de Knight y la

“Escuela de Chicago”. Sin lugar a duda, el riesgo es uno de los principales elementos del comportamiento emprendedor. El riesgo es la consecuencia de cambios incontrolados e incontrolables.

Para Knight el cambio no es iniciado por el proceso emprendedor pero el emprendedor utiliza el cambio para sus objetivos. Knight ve el beneficio del emprendedor como una compensación por asumir incertidumbres. En esta aproximación el emprendedor asume el riesgo y como recompensa obtiene el beneficio emprendedor (Ripsas, 1998). Distinción entre riesgo e incertidumbre según Knight (1921): una apuesta es arriesgada si las probabilidades de éxito son conocidas, mientras que una apuesta es incierta si las probabilidades de éxito son desconocidas. Las apuestas inciertas no pueden ser aseguradas y, por tanto, el rol del emprendedor es iniciar inversiones inciertas. El resultado o éxito de las inversiones del emprendedor son difíciles de evaluar y por tanto difíciles o imposibles de asegurar.

El emprendedor, por tanto, es quien asume la incertidumbre. La incertidumbre, más que el riesgo, es pues un elemento que forma parte de las teorías del emprendimiento. La innovación es uno de los elementos clave de la actividad emprendedora, e independientemente de la forma que tome, genera nuevo capital tanto de tipo tangible como de tipo intangible cuyo retorno es incierto. En este sentido podemos diferenciar entre la incertidumbre técnica (referente a los costes de funcionamiento y producción), la incertidumbre de la demanda (referente al número de clientes que demandarán dicha innovación) y la incertidumbre asociada con el ritmo en que aparecerán las imitaciones o innovaciones competidoras. En cualquier caso, no es suficiente que la innovación sea técnicamente viable. Siempre se recomienda la realización de un estudio de mercado que permita identificar las mejores aplicaciones de la tecnología desarrollada.

### c) Teoría del empresario innovador

La teoría del desarrollo económico como disciplina independiente emerge del trabajo de J. A. Schumpeter. El nombre de la “Escuela Alemana” es el más utilizado para referirse a su tradición. Dentro de esta teoría, Schumpeter rescata al emprendedor para la ciencia económica al considerarlo el principal activador del desarrollo económico mediante la función de innovador, definiendo los elementos más importantes: la figura del emprendedor, el concepto de innovación y la teoría de los ciclos (Nuño, 1994; Drucker, 1997; Carrasco y Castaño, 2008; Acs, 1996; Schmude, Welter y Heumann, 2008). Para Schumpeter (1934 y 1942) la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista y el empresario su figura central. Actualmente, los economistas saben que el emprendedor, al igual que la tecnología, es importante y que influye profundamente en la economía. Seguramente la emergencia de la economía empresarial es un acontecimiento tanto de orden cultural y psicológico como económico y tecnológico. Y sus efectos, cualesquiera que fueren las causas, se producen sobre todo en el campo económico.

Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas y con las rutinas establecidas. Es una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. Tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve, es un creativo inconformista. Tradicionalmente, el emprendedor schumpeteriano ha sido presentado como un ser racional, egoísta y centrado en sí mismo, que posee dichas características en un grado tal que lo hace poco común, o incluso raro. El emprendedor es un superhombre que surge debido a una serie de aptitudes innatas. La teoría schumpeteriana tiene, por tanto, una componente sociológica considerable.

El emprendedor no es el inventor, ni el inversor capitalista. El emprendedor tiene la función de asignar recursos, tomar decisiones y de organizar innovadoramente la actividad económica. Fundando nuevas empresas el emprendedor introduce las innovaciones. El beneficio obtenido es un reflejo de la calidad del emprendedor: cuanto mejor sea el emprendedor, mayores serán los beneficios obtenidos.

#### d) Teoría de los rasgos de personalidad

Las teorías basadas en las características psicológicas de los emprendedores se han ido desarrollando desde que McClelland (1961) publicó su trabajo sobre la alta necesidad de logro presente en los emprendedores de éxito.

Algunos estudios sobre el empresario y la creación de empresas se centran en identificar y explicar las características psicológicas y demográficas de los empresarios que crean empresas y su relación con el éxito o el fracaso de estas. El núcleo de las teorías psicológicas se basa en las siguientes suposiciones:

- El empresario, persona que decide crear una empresa, tiene un perfil psicológico distinto del resto de la población.
- Los empresarios de éxito tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos.

A partir de estas suposiciones, las investigaciones se centran en determinar cuáles son los rasgos psicológicos que diferencian a los empresarios de los no empresarios, a los empresarios de éxito frente a los menos exitosos y a los empresarios de los meros gestores. El objetivo último de este enfoque es poder identificar a las personas con perfil de empresario o a los empresarios de

éxito con el objetivo de poder establecer políticas de fomento para la creación de empresas. Se han llevado a cabo dos líneas de investigación diferentes (Brockhaus y Horwitz, 1985):

- Características propias de los empresarios. Esta línea se basa en la idea de que el empresario tiene una gran capacidad intuitiva, un sexto sentido y una serie de características innatas, sin las cuales sería igual que el resto de las personas.
- Características, rasgos o perfil psicológico que motivan el comportamiento emprendedor.

Esta línea engloba el estudio de la necesidad o motivación por el logro (realización), la necesidad de independencia y autonomía, la necesidad de poder (posición dominante), el control interno o autodeterminación, el espíritu de riesgo o de propensión a asumir riesgos, la tolerancia a la ambigüedad, la capacidad de innovación, la creatividad y originalidad, la iniciativa, la asertividad, la orientación eficiente, la planificación sistemática, el compromiso, la baja necesidad de obtener soporte o conformidad, la capacidad de resistencia, insatisfacción o marginalidad.

La principal conclusión de este tipo de estudios es que hay tantas diferencias entre los propios emprendedores como entre emprendedores y no-emprendedores. A pesar de ello, algunos investigadores han estudiado los rasgos de personalidad para identificar diversos tipos de emprendedores. Estos estudios son de lectura interesante, sin embargo, posiblemente son cuestionables desde la perspectiva del conocimiento que aportan a la teoría general del emprendimiento.

El problema del análisis de características personales es que parece asumir que el emprendedor es un tipo de persona especial, un estado fijo de existencia “once an entrepreneur, always an entrepreneur”. Esta falta de dinamismo es uno de los problemas. Otro problema tiene

que ver con la propia definición de emprendedor que da a entender que solo el fundador de una compañía es un emprendedor y excluye a los gestores que podrían actuar también con comportamientos emprendedores (como se citó en Palau, 2016).

Los estudios demográficos sobre emprendimiento son también cuestionables para la teoría del emprendimiento ya que la mayoría de ellos se realizan sobre una muestra demasiado pequeña. Como ejemplo cabe citar el estudio de Cooper y Dunkelberg (1984) sobre 890 emprendedores que confirma que los emprendedores tienden a tener una mejor educación, provienen de familias en las que los padres poseen un negocio, crean empresas relacionadas con su trabajo previo y se localizan donde ellos ya viven y trabajan.

Aunque los intentos pasados para definir un prototipo de emprendedor basados en características psicológicas y culturales han sido desacreditados, los trabajos más recientes sugieren que la personalidad del emprendedor tiene influencias importantes en la organización que crean. Según Low y MacMillan (1988), más útiles son los estudios psicológicos que centran su atención en el emprendedor dentro del contexto de la organización. El comportamiento y los valores del emprendedor interactúan con las experiencias de las organizaciones imprimiendo su cultura. A la vez, la cultura de la organización tiene implicaciones importantes para su éxito y rendimiento.

#### e) Teoría de la marginación

La tendencia de ciertas culturas en producir emprendedores ha hecho que se identifique la cultura como un factor determinante para el emprendimiento. Las teorías socioculturales concluyen que existe una relación entre la ideología cultural y el comportamiento económico que

hace que el emprendimiento sea más frecuente en determinados entornos.

Según la teoría de la marginación las personas inadaptadas, marginadas o con riesgo de exclusión social son más propensas en convertirse en empresarios. Así, nos encontramos que ciertos grupos étnicos, inmigrantes o desempleados, al estar en situaciones de marginación social, encuentran en la creación de su propia empresa una opción profesional de ganarse la vida e incluso de obtener un reconocimiento y de conseguir una mayor integración social. Evidentemente deben darse también unas condiciones favorables del entorno que legitime al empresario y una verosimilitud en la posibilidad de crear la empresa.

El estudio de Hofstede (1980) identifica diferencias en modelos culturales entre países y concluye que existen mecanismos institucionales que hacen que sus modelos permanezcan estables a lo largo del tiempo. Identifica cuatro dimensiones culturales subyacentes (1) la gestión de las desigualdades sociales, (2) el individualismo, (3) el evitar las incertidumbres y (4) la división en términos de género. En sus estudios concluye que el emprendedor es en la mayoría de los casos un hombre, tolerante respecto a las desigualdades sociales que prefiere las actuaciones individuales frente a las colectivas y que está preparado para asumir riesgos.

Shapiro y Sokol (1982) sostienen que la proliferación de emprendedores asociada con Silicon Valley o con la Route 128 demuestra que no todos los emprendedores provienen de entornos desfavorecidos. Su modelo de influencias culturales y sociales considera la interacción de muchos factores culturales y geográficos y proporciona un marco dinámico de emprendimiento que ayuda a establecer relaciones de tipo causal.

Brenner (1987) defiende que los individuos que han perdido o creen estar próximos a perder su nivel social, son más propensos a convertirse en emprendedores.



Un estudio experimental realizado por Shane (1991) demuestra que, de trece posibles factores relacionados con la creación de una nueva empresa, todos excepto uno (el deseo de trabajar por libre) vienen determinados por una interacción entre el género y la nacionalidad.

Estos modelos permiten concluir que en algunos casos el emprendimiento es una respuesta a la falta de movilidad social a través de otros canales (Low y MacMillan, 1988).

#### f) Teoría de la incubadora

Las incubadoras empresariales tienen como objetivo la asistencia a los futuros empresarios en el arranque de sus empresas, proporcionándoles infraestructuras básicas, recursos y diferentes tipos de servicios e información para su puesta en marcha. Existe una considerable variedad de tipos de incubadoras de empresas, en sus formas de operar, objetivos, propósitos y variedad de recursos, aunque se ha demostrado que tanto el tamaño de la organización incubadora como su localización son factores condicionantes de las nuevas empresas.

La teoría de la incubadora, como explicación científica de la creación de empresas, postula que la existencia de estas organizaciones determina no sólo el número de nuevas empresas en una zona, sino también la naturaleza de estas.

#### g) Teoría del desarrollo económico de Weber

Max Weber es conocido por ser el fundador de la sociología moderna. Estudia la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento empresarial, estableciendo un nuevo enfoque para explicar los hechos económicos basados en factores no económicos. Weber desarrolla su investigación en tres campos: la acción social, el análisis de la burocracia y la sociología de la

religión. En su análisis sociológico describe y explica los rasgos característicos de los diferentes tipos de creencias religiosas argumentando que las doctrinas religiosas ejercen una influencia en las diferentes orientaciones que las personas dan a sus actividades económicas. Relaciona el desarrollo de la ideología capitalista con las creencias religiosas y más en concreto, con la ética protestante, explicando que la actividad empresarial ha tenido mayor auge en las áreas geográficas donde ha predominado dicha ética. Los tres rasgos de la ética protestante que más han influido en el desarrollo del emprendimiento son su laboriosidad, su tendencia a ahorrar y su sinceridad (Schmude, Welter y Heumann, 2008). Sus ideas son el inicio del debate sobre si el emprendedor “nace o se hace”.

### **1.2.6 Conceptos sobre Emprendimiento**

Emprendimiento Empresarial desde el Sujeto, se aborda desde el sujeto de la acción social (Weber, 1974), esto es el individuo dispuesto a tomar riesgos para iniciar un emprendimiento.

Otra visión de Emprendimiento es la que retoma la idea de capacidades y cualidades específicas para impulsar una idea diferente y por supuesto el punto de la destrucción creativa, entendiéndolo como el elemento diferenciador del servicio, técnica y/o producto, es a final de cuentas, el valor agregado que se le aporta (Bhidé, 2001).

El denominado «Libro Verde» desarrollado por la Comisión Europea en el año 2003, basado en el análisis del espíritu empresarial en Europa, define el emprendedurismo como *«la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya*

*existente*». En este documento se incide en la importancia del emprendimiento como motor de la creación de empleo, riqueza, crecimiento económico, así como elemento que mejora la competitividad global y el desarrollo social, poniendo de manifiesto la importancia del emprendimiento en las economías europeas y la necesidad de fomentarlo y mejorar las condiciones para la creación de empresas en los Estados miembros.

En efecto, se pide a los países que realicen un esfuerzo legislador para favorecer el entorno y que las iniciativas empresariales puedan crecer y prosperar, creando así una base empresarial solida capaz de generar riqueza, empleo y bienestar en Europa.

El emprendimiento es el fenómeno por el cual los habitantes de un país crean y mantienen negocios propios, que les permiten obtener un ingreso y, además, generar empleos para otras personas. En esta última definición, se esconden muchos tipos distintos de emprendedores, con diferentes condiciones, capacidades y motivaciones. La mayoría de los emprendedores inician su empresa con ahorros propios, lo cual pone en evidencia la falta de apoyo por parte del estado.

El concepto de emprendimiento puede ser utilizado para describir un conjunto muy amplio de fenómenos, con características particulares, entre las que podemos mencionar el ámbito de acción, la diversidad de estrategias, los recursos con los que se cuentan, los objetivos y fines que se buscan y los medios que se implementan.

Desde el campo disciplinar de la psicología social, se abordan variables como la autoeficacia, la proactividad que muestran los emprendedores, la relación que tienen los fundadores de nuevas empresas con el riesgo (Sánchez, Lanero, & Yurrebaso, 2005), las competencias, los conocimientos formales e informales o bien aspectos como liderazgo o incluso la inteligencia emocional, en términos generales, el desarrollo de habilidades socioemocionales.

El emprendimiento no es una disciplina formal, sino que el fenómeno tiene que ser entendido como una actividad interdisciplinar, soportada en teorías prestadas de la administración, la economía, la ingeniería, la historia, la sociología, la ciencia de políticas e incluso la psicología (Toca, 2010).

(Heller, 2010), se enfoca a las cualidades y al recorrido que el sujeto, en este caso el emprendedor, tiene que transitar, así como los aspectos educativos, sociales, psicológicos, competencias, motivaciones, estímulos y conocimientos con los que requiere contar para conseguir el objetivo que se puso en mente.

Hay un abanico amplio de definiciones sobre el concepto emprendimiento, las cuales, en términos generales se pueden clasificar poniendo atención al “tipo” de acción social que se lleva a cabo (Alcaraz, 2011).

Desde un punto de vista institucional, la Real Academia Española (2013) indica que por emprendimiento se puede entender la “acción y efecto de emprender, así como la cualidad de emprendedor (esta persona destaca por su emprendimiento y capacidad)”. En esta definición se menciona la capacidad y cualidad de llevar a cabo alguna acción, sin embargo, no se precisa que acciones se pueden considerar dentro de este concepto.

A nivel sociológico, el desarrollo de la empresa está directamente vinculado y por ende determinado por variables sociales y sociológicas, como los valores, la educación (en emprendimiento), las relaciones de poder, el prestigio que se genera al llevar a cabo emprendimientos, el conflicto organizacional, el estatus que se adquiere o se pierde o incluso variables relacionadas con el ámbito de la moral y la solidaridad (redes de apoyo).

Como fenómeno “político”, el emprendimiento empresarial puede ser abordado a partir de

las políticas públicas diseñadas por los tres órganos del estado, para impulsar la creación de nuevas unidades económicas, su aportación a la generación de empleos y al PIB Nacional, los presupuestos gubernamentales etiquetados para su fomento, así como la “tramitología gubernamental que se tiene que llevar a cabo para emprendimientos formales.

Según la Política Nacional de Emprendimiento (El Salvador 2014):

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad.

CONAMYPE en la Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017 considera emprendimiento según dos criterios, el primero, que el personal ocupado es no remunerado y que los ingresos brutos anuales llegan hasta \$ 5,714.28.

Hay otros conceptos relacionados con el desarrollo de los emprendimientos como, por ejemplo:

Ecosistema de emprendimiento: Es la “comunidad de negocios, apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones y personas interactuantes que producen y asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas” (Guía de Aprendizaje sobre Emprendimiento Dinámicos, BID-FOMIN 2008).

Cadena de Valor del Emprendimiento (“Lineamientos Mesa Nacional de Emprendimiento, Articulación Ecosistema Regional de Emprendimiento”, Departamento Nacional de Planeación, Colombia, 2012): Representa los pasos que las instituciones debemos tener en cuenta para el

desarrollo de emprendimientos como ecosistema exitoso, que facilitan la intervención con instrumentos técnicos y financieros, entre las etapas de la cadena de valor están: sensibilización, identificación, formulación, puesta en marcha y aceleración.

- **Sensibilización:** En esta etapa se busca concientizar a las personas para que perciban el valor o la importancia del emprendimiento y se motiva a la acción, logrando influenciar los proyectos de vida.
- **Identificación:** En esta etapa se identifican y reconocen las oportunidades, problemas o necesidades del mercado.
- **Formulación:** Potencialización del grado de madurez de la iniciativa empresarial a través del diseño del modelo de negocio diferenciado.
- **Puesta en marcha:** Comienzo de la operación la empresa en el mercado, desarrollando procesos de gestión comercial, es la etapa en la que se valida y se realizan ajustes permanentes para asegurar la innovación en el modelo de negocio con base en la información que obtiene en el mercado.
- **Aceleración:** Maximización del valor agregado de la compañía a través de la internacionalización y la innovación, orientando esfuerzos a consolidar el crecimiento sostenido de la empresa, a través de la búsqueda de socios estratégicos, atracción de capital (mentoría de entrenamiento para gestionar recursos de fondos de capital privado) y búsqueda de nuevos clientes a través de redes de contactos internacionales (diáspora).

### **1.2.7 Conceptos sobre Emprendedor**

Knight (1921) describe al emprendedor como el que asume inversiones inciertas. El emprendedor se caracteriza por su bajo nivel de aversión al riesgo.

Para Schumpeter (1942), los emprendedores son líderes y los principales contribuidores al proceso de destrucción creativa, característica esencial del capitalismo.

McClelland (1961) encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento, y por otra, un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo.

Dauids (1963) basa sus estudios en la definición del emprendedor como el creador de un nuevo negocio.

Draheim (1972) basa sus estudios en la definición de la actividad emprendedora como el acto de creación de una nueva empresa donde ninguna existía antes. Define al emprendedor como la persona que crea una nueva empresa. Utiliza el término para indicar que el fundador tiene una participación en acciones en la compañía y que su intención es crecer y prosperar más allá del estado de auto-empleado.

El premio Nobel Hayek (1979) pone de manifiesto el papel del emprendedor como ágil captador y utilizador de información. El emprendedor tiene la habilidad de captar información que le lleva a encontrar oportunidades capaces de generar un beneficio.

Brockhaus (1980), define al emprendedor como el principal propietario y gestor de una empresa no empleado por ninguna otra.

Hull, Bosley y Udell (1980), definen al emprendedor como la persona que organiza y dirige

una empresa asumiendo los riesgos para la obtención de beneficios. Esta definición se extiende a los individuos que han adquirido una empresa ya existente con la intención de expandirla.

Según Casson (1982), el emprendedor toma decisiones sobre la asignación de recursos escasos que son el resultado de un juicio, es decir, que no se trata de una decisión que resulta de una regla basada en la utilización de información disponible y al alcance de todos. La esencia de su planteamiento está en que el resultado de las decisiones depende de quien las toma.

Gartner (1985), define al emprendedor como la persona que “inicia una nueva empresa donde antes no había ninguna”.

Para Kirzner (1985), los emprendedores perciben oportunidades de obtención de beneficios e inician acciones para completar las necesidades insatisfechas o para hacer de forma más eficiente lo que ya se está haciendo.

Begley y Boyd (1989) formaliza algunas de las ideas de Knight. Algunas características de los emprendedores son esenciales para la creación de nuevas empresas de éxito. Estas características incluyen la creatividad, la adaptabilidad, el conocimiento tecnológico, la visión de futuro, el liderazgo, los conocimientos organizativos y de gestión, la habilidad de tomar decisiones rápidas y de actuar de manera ágil en entornos cambiantes e inciertos, integridad personal, educación y bagaje cultural.

Para Bhidé, el emprendedor hace referencia a todos aquellos “individuos que ponen en marcha una empresa propia” (Bhidé, 2001, p. 2).

Otra definición indica que es una “persona que enfrenta el reto de crear, inventar o descubrir nuevas formas de hacer las cosas, para lograr un minado objetivo. Este objetivo puede ser



filantrópico, ecológico, empresarial, entre otros” (Jaramillo, 2004, p. 34).

Alcaraz (2011) por su parte, al tratar de entender el concepto, recupera cuando menos veinticinco definiciones sobre el término emprendedor, las cuales resume en cinco características, que, desde su punto de vista, no solamente permiten la acción de emprender, sino obtener el éxito buscado: creatividad e innovación, confianza en el mismo y sus capacidades, perseverancia, capacidad para manejar problemas, aceptación del riesgo.

La propuesta de Ramírez y otros, indica que es tan emprendedor el que inicia un emprendimiento empresarial como el que lo hace sobre una empresa ya existente (a través de la compra o la herencia) ya que para este autor “ambos finalmente aportan a la sociedad al generar empleo y demás externalidades positivas” (Ramírez, Cajigas, & Jiménez, 2011, p. 146).

Por su parte, la OIT define al emprendedor como una persona que quiere trabajar para sí mismo, auto emplearse o crear su negocio y se pone en el camino de “haz realidad tu idea, genera tu propio negocio” (OIT, 2011, p. 10).

La Fundación DESSEM, indica que por emprendedor se puede entender “una persona capaz de imaginar algo que los demás aun no ven, organizar lo que necesite para hacerlo realidad y ejecutar sus planes para llevarlo a cabo, guiado por una escala de valores mayoritariamente aceptada por la sociedad en la que vive” (Fundación DESEM, 2012, p. 2).

Curto (2012) indica que para definir a un emprendedor hay que basarnos en cinco puntos clave, esta autora destaca la observación respecto a que para ser emprendedor no necesariamente se tiene que hablar de creación de negocios o invenciones, sino que simplemente se puede tener una visión creativa e innovadora, que permita romper, modificar o cambiar paradigmas. Los cinco puntos clave son: destrucción creativa, creación de valor, identificación de oportunidades, ingenio,

capacidad de aceptar el riesgo.

Según la Política Nacional de Emprendimiento (El Salvador 2014); Emprendedor es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Se entiende por emprendedor aquella persona que convierte una idea en proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollar y hacerla una realidad rentable. Generalmente se describe a una persona emprendedora con términos como visionario, innovador, arriesgado, dinámico, características que hacen que constituyan el motor económico del país, por lo cual promover la actitud emprendedora de los ciudadanos es vital para el desarrollo de El Salvador. (Mojica Max, abril 2015, Emprendedurismo en El Salvador, [elsalvador.com](http://elsalvador.com)).

### **1.3 Tipos de Emprendimientos**

En la literatura sociológica la acción social se entiende como aquella acción que tiene sentido, la cual está dirigida a influir en la acción de otros, haciendo referencia a la acción social con arreglo a fines, es decir, aquellas acciones tomadas racionalmente que buscan ciertas expectativas a través de medios para lograr fines y consecuencias racionalmente específicas y esperadas (Weber, 1974). A continuación, se enlistan los tipos más sobresalientes de emprendimiento, poniendo especial énfasis en sus características, que a la vez nos permiten establecer sus diferencias:

— Emprendimiento social: Puede ser entendido como actividades que se llevan a cabo de forma individual o colectiva guiadas por una ética social, las cuales contribuyen a mejorar las

condiciones de vida de la sociedad, especialmente el de personas vulnerables y comunidades más desfavorecidas, por ende, su objetivo es generar un impacto y cambio social a través de invertir la perspectiva común, esto es; se ven oportunidades para contribuir al mejoramiento social en vez de ver problemas sociales. Este tipo de emprendimiento adopta un enfoque de corte empresarial e innovador, coadyuvando junto con los gobiernos a paliar su falta de capacidad, recursos y atención de las demandas sociales, observando a la vez, la actitud poco ética de algunas empresas en cuestiones como medio ambiente, desequilibrio ecológico o impactos sociales derivados de su actividad (Curto, 2012).

— Emprendimiento ambiental; este tipo de emprendimiento se lleva a cabo de forma particular o colectiva, tiene por objetivo proteger el medio ambiente y/o reestructurar el desequilibrio ecológico, dañado o afectado por las prácticas humanas e industriales que se llevan a cabo, por su característica peculiar de no buscar una ganancia o lucro, este emprendimiento en mayor medida es del tipo social.

— Emprendimiento turístico; El turismo es una de las actividades más importantes dentro del escenario económico para cualquier país, por lo mismo, este tipo de emprendimiento se orienta a impulsar el crecimiento turístico y su aportación al crecimiento económico nacional, regional o local a través de la creación de empresas turísticas, entre las que destacan las de alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras o agencias de viajes, entre otras. Este tipo de emprendimiento ya está orientado a una actividad específica (empresarial), con objetivos, estrategias, mercado específico y formas de planeación puntuales. (García & Ruiz de la Rosa, 2009).

— Emprendimiento académico; Dentro de las características que sobresalen para este tipo

de emprendimiento están: el fomento a la mentalidad emprendedora en los estudiantes desde los niveles académicos iniciales, así como el conocimiento y manejo de las habilidades relacionadas con el ecosistema emprendedor. En este contexto se impulsa el espíritu y la vocación emprendedora desde la academia a través de la educación en emprendimiento, la cual, apoyándose en metodologías diversas, pertinentes y adecuadas, fomenta el conocimiento capaz de generar una experiencia empresarial, empleos, crecimiento económico y por supuesto una retribución económica (García & Ruiz de la Rosa, 2009).

— Emprendimiento tecnológico; este tipo de emprendimiento tiene que ver directamente con la ciencia y la tecnología, por lo mismo existe un vínculo estrecho con la innovación tecnológica. A través del contacto directo con los centros de investigación, se busca que se desarrollen conocimientos científicos y tecnológicos óptimos, enfocados a la creación de nuevas empresas promisorias (Bhidé, 2001). Entre los ejemplos que se pueden mencionar está la implementación de las innovaciones tecnológicas a los procedimientos de producción en serie que se vienen dando de los años cincuenta del siglo pasado y que han impactado de forma diversa en procesos de producción (Mancilla, 2013).

— Emprendimiento cultural; son propuestas culturales, principalmente llevadas a cabo por artistas, editores y músicos que impulsan alternativas autónomas para situarse en los mercados cultural y económico (García Canclini, 2013). Aunque algunas propuestas están orientadas a enfrentar los desequilibrios del mercado laboral, por lo mismo son emprendimientos empresariales propiamente, otras se encaminan a generar redes autogestoras para difundir y volver accesible al público lo que producen (Gerber & Pinochet, 2013).

— Emprendimiento empresarial; en primer término, puede ser entendido como un

fenómeno administrativo, que pone atención a las características técnicas, de procesos y organizativas, que cualquier empresa necesita desarrollar como un imperativo para poder mantenerse en el mercado. Un elemento directivo, fundamental, en torno al emprendimiento empresarial es la elaboración de un plan de negocio, el cual sirve como guía de orientación y toma de decisiones al momento de impulsar la creación de nuevas empresas, así como el conocimiento y manejo emprendedor.

## **1.4 Clasificación de Emprendimiento**

A continuación, se presentan una serie de definiciones en el marco de la Política Nacional de Emprendimiento:

### **1.4.1 Por origen:**

Clasificación de Emprendimiento por Origen:

Emprendimiento por Necesidad: Acción empresarial iniciada por personas que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una actividad económica lo hicieron motivados por la falta de ingresos necesarios para su subsistencia (o por el deseo de obtener una fuente de ingreso adicional). Esta categoría se divide en dos tipos: emprendimiento de subsistencia y emprendimiento tradicional, las cuales se presentan a continuación.

- **Emprendimiento de Subsistencia**: Acción empresarial dirigidas a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación o sin una visión de crecimiento y que tiende a no generar excedentes.
- **Emprendimiento Tradicional**: Acción empresarial dirigidas a la generación de ingresos que cuentan con una estructura organizacional y que utilizan el conocimiento técnico para la

generación de excedentes que permiten la acumulación. Tienden a desarrollar su actividad en la formalidad, en mercados y sectores tradicionales de la economía sin elementos diferenciadores en sus productos y servicios.

Emprendimiento por Oportunidad: Acción empresarial iniciada por personas que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una actividad económica lo hicieron motivados por la identificación de una oportunidad de mercado. Esta categoría se divide en dos tipos: emprendimiento dinámico y emprendimiento de alto impacto, las cuales se presentan a continuación.

- **Emprendimiento Dinámico**: Acción empresarial con alto potencial de crecimiento donde el uso del conocimiento, la gestión tecnológica y del talento humano, el potencial de acceso a recursos de financiación/inversión y una estructura de gobierno corporativo les permite generar una ventaja competitiva y diferenciación en sus productos o servicios.
- **Emprendimiento de Alto Impacto**: Empresas con capacidad para transformar y dinamizar las economías a través de procesos sistemáticos de innovación y generación de empleo. Es una empresa que crece rápida y sostenidamente, ya que cuenta con altos niveles de financiación o de inversionistas.

#### **1.4.2 Por permanencia en el mercado**

— Emprendimiento potencial: Persona que tiene conocimiento y habilidades emprendedoras reconocidas e ideas que presentan un potencial a desarrollar.

— Emprendimiento naciente: Persona involucrada que ha comprometido recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño y que lleva menos de tres meses operando.

— Emprendimiento nuevo: Persona propietaria y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses.

— Emprendimiento establecido: Persona propietaria y gestora de empresas.

## **1.5 Marco Institucional y Legal**

### Código de Comercio

El código de comercio de El Salvador por su naturaleza mercantil y tributaria está muy ligado a las iniciativas emprendedoras o comerciales, y efectivamente lo está, sin embargo, el enfoque que este código tiene es más conceptual en el aspecto mercantil o económico, es decir que define de manera detallada como se rige la ley en el ámbito comercial y empresarial del país, sin embargo, no aborda el Emprendedurismo de manera puntual ni enfoca su importancia al tema de manera concreta.

### Código de Trabajo

El código de trabajo que regula el entorno laboral de El Salvador hace énfasis al trabajo exclusivamente desde una perspectiva patrono-trabajador, más no señala el emprendedurismo como una alternativa de trabajo o por lo menos un reconocimiento de este en toda su legislación.

El código de trabajo habla del derecho individual de trabajo, o sea que su enfoque es puramente legal, menciona definiciones de: salario, jornada de trabajo, reglamentos, prestaciones,

seguridad e higiene del trabajo, riesgos profesionales, vacaciones, aguinaldo, sindicatos, días de asueto, etc. Sin mencionar emprendimiento.

En 1996 nace La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE mediante Decreto Legislativo No. 48 con el fin de apoyar a todos aquellos emprendedores mediante la implementación de una serie de programas, metodologías y modelos que permitan darles una atención más especializada a las micro y pequeñas empresas. Actualmente el Ministerio de Economía cuenta con veintiuna oficinas de CONAMYPE en el territorio nacional, dentro de las cuales cabe mencionar que 11 son de Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE) y 3 son de Centro de Desarrollo artesanal (CEDART). Los CDMYPE brindan asesoría para mejorar la gestión empresarial, mediante una alianza pública- privada- académica, en todo el país; por otra parte, las oficinas de CEDART están orientadas al apoyo en el mercado de las artesanías.

Según la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) existen muchas acciones en el país en materia de emprendimiento, solo que de una forma desarticulada y dispersa y que a la fecha a pesar de muchos esfuerzos aún no se logra consolidar una cultura de Emprendimiento que permita iniciativas dinámicas e innovadoras, CONAMYPE persigue que la política sea acogida por instituciones públicas y privadas en todo el territorio nacional.

### Política nacional de Emprendimiento

En el 2014 el Ministerio de Economía (MINEC) a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) crearon la Política Nacional de Emprendimiento y que se complementa con otros instrumentos jurídicos como el Sistema Nacional para el Desarrollo de



la MYPE, que pretende la ejecución de políticas, planes, programas, instrumentos y servicios a nivel nacional, departamental, municipal y sectorial, para el fomento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, buscando su competitividad, asociatividad y encadenamiento productivo, así como el acceso a los mercados nacionales e internacionales.

En dicha política pública se establece que, para construir los instrumentos adecuados para el desarrollo de las nuevas empresas, son necesarios los siguientes aspectos:

- Los recursos de apoyo financiero, los cuales fueron aprobados en el marco de la “Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa”. Estos fondos son requeridos para financiar las etapas tempranas del surgimiento del nuevo emprendimiento y apoyar pruebas de concepto, prototipos y la puesta en marcha de la empresa.
- Existencia de un ecosistema nacional para el emprendimiento, formado por instituciones públicas y privadas comprometidas con la generación y fomento de una cultura de emprendimiento en El Salvador en especial con emprendimiento de las mujeres y jóvenes
- Desarrollo de instrumentos de apoyo para la creación de emprendimientos con enfoques diferenciales y especializados para la atención a los segmentos emprendedores.
- Articulación de los servicios de apoyo a los procesos de creación de emprendimientos y su formalización a través de mecanismos físicos o virtuales.

El quinquenio (2009-2014) dejó como herencia un marco jurídico y una serie de políticas que marcan una proyección estratégica de transformación productiva en El Salvador; leyes como la “Ley para el Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa”, “Ley de Fomento de la Producción”, así como la “Política Industrial”, la “Política de Fomento y Desarrollo

de la Micro y Pequeña Empresa” y “La Política Nacional de Innovación, Ciencia y Tecnología.

El Marco Legal de la Política Nacional de Emprendimiento, se sustenta en La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, de manera particular expresa la obligatoriedad del Estado en relación a la creación de nuevas empresas, en el artículo numero 5 establece: *“El Gobierno Central y los Municipios propiciarán el apoyo a los nuevos emprendimientos y a las MYPE ya existentes, incentivando la inversión privada, promoviendo una oferta de servicios empresariales y servicios financieros en condiciones de equidad de género, destinados a mejorar los niveles de organización, administración, producción, articulación productiva y comercial”*; también en el artículo 6 literal c) establece que: *“El Estado debe fomentar el espíritu emprendedor y creativo de la población, apoyando la creación de nuevas empresas; promoviendo la iniciativa e inversión privada y la libre competencia, e interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a la MYPE”*.

La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, le asigna a CONAMYPE responsabilidades en relación a los emprendimientos:

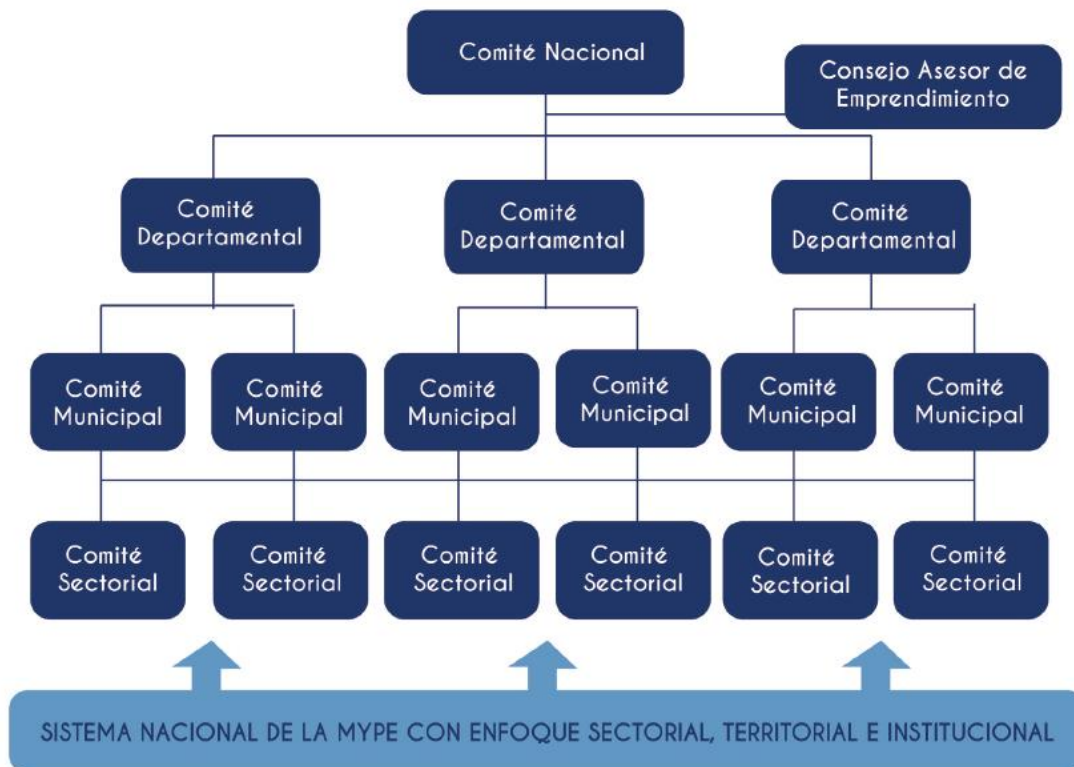
- Definir, formular, promover, ejecutar y coordinar programas e instrumentos de fomento al emprendimiento y creación de empresas, que propicie la autonomía económica de las mujeres.
- Promover la formación de una cultura emprendedora y empresarial, así como una cultura con enfoque de responsabilidad social empresarial y de gestión ambiental sostenible.

La Política Nacional de Emprendimiento integra estos contenidos de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa, y otros marcos jurídicos, ver anexo 5.

## CONSEJO ASESOR DE EMPRENDIMIENTO

En el marco de la Política Nacional de Emprendimiento se crea el Consejo Asesor de Emprendimiento, en adelante “El Consejo Asesor”, instancia creada como un espacio de articulación, de asesoría y consulta para la ejecución de acciones de esta política y que forma parte del Sistema Nacional para el Desarrollo de la MYPE, creada por acuerdo legislativo en la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Artículo 11 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Decreto 667 Asamblea Legislativa El Salvador). El Consejo Asesor de Emprendimiento es una comisión especial en emprendimiento y se integrará al Comité Nacional de la MYPE del Sistema Nacional para el Desarrollo de la MYPE.

Figura 1. Sistema Nacional para Desarrollo de la MYPE y Consejo Asesor de Emprendimiento.



Fuente: Política Nacional de Emprendimiento de El Salvador 2014

## **1.6 Marco Contextual**

### **1.6.1 Antecedentes**

El emprendedurismo ha sido uno de los mecanismos implementados para la estimulación de las economías nacionales y locales, basados en la promoción de empresas como motor importante de la misma, tal como lo manifiesta Borghi (2015) la innovación y el conocimiento son la clave para el crecimiento y desarrollo económico de un país, las nuevas empresas aparecen como protagonistas principales por su capacidad de generar innovaciones y por la ventaja que tienen sobre las firmas existentes para adaptarse a los continuos cambios que este nuevo contexto presenta. (Borghi, 2015), en este sentido, la promoción de emprendedores reúne uno de los elementos principales para la economía: la innovación. Basado en ello, se creó el modelo de incubadoras de empresas.

Se ha establecido un acuerdo que la génesis del modelo se ubica en Estados Unidos a finales de la década de los años 50 y principios de los 60, en una de las épocas más cruciales de su economía, la recuperación de la segunda guerra mundial y el inicio de la guerra fría. Así, la concepción del modelo surge cuando Joseph Mancuso, empresario en crecimiento, adquiere una fábrica en desuso que había pertenecido a la empresa Massey Ferguson, y decide dividir el edificio y alquilarlo a empresas independientes transformándolo en un condominio para pequeñas empresas, adicionando a la infraestructura física algunos servicios como secretaría, contabilidad, ventas, marketing y otros, de manera que las firmas que allí se gestaban compartían sus costos en comunidad (Gonzales, 2012), retomando el nombre de una de las empresas que estaban en el condominio, una empresa de crianza de pollos que eran criados para su venta, de ahí deriva la incubación como un proceso de la generación de condiciones para un crecimiento efectivo. Así, se forma el Centro Industrial de Batavia, considerada como la primera incubadora de empresas puesta

en marcha con capital privado. Es importante señalar que, surge la relación potenciadora del modelo incubador, es decir, la relación con la academia como inyectora de conocimiento para el desarrollo económico.

Fue la Universidad de Stanford la pionera en el tema, ya que creó un parque industrial y posteriormente, un parque tecnológico, conocido actualmente como Silicon Valley, que tenía como objetivo apoyar a nuevas empresas orientadas a la tecnología, es decir a compañías startups (Empresas recién creadas que principalmente se apoya en el campo tecnológico y que nace de una idea pequeña para intentar ser una compañía rentable). Vale la pena mencionar éstas en relación al papel que poseen en relación a las incubadoras de empresas.

Los startups se caracterizan por el mecanismo sobre el cual se proporciona recursos financieros, siendo éste la inversión privada de grandes empresas principalmente. Así, puesto que los costes de desarrollo iniciales son mucho más bajos que los requeridos para un negocio tradicional, las necesidades de financiación también se ven reducidas (Cañete, 2016), esto lleva a buscar inversores que apoyen las recién creadas impresas. Entre las principales figuras de apoyo a los startups se encuentra capital semilla, capital de riesgo y recursos propios de los emprendedores.

Como resultado de los beneficios de este modelo, en la década de los años 70s se establece en Inglaterra la British Steel Industry (BSI) con el objetivo de crear pequeñas empresas en áreas relacionadas con la producción de acero. En Latinoamérica Brasil se constituyó como el primer país en implementar la metodología en la región. Así, debido al crecimiento acelerado en 1985 se crea la National Business Incubation Association (NBIA), como un centro de intercambio de información sobre gestión de incubadoras y herramientas para ayudar a las empresas nuevas y principiantes, brindando a los encargados recursos de información, educación y trabajo en red para

brindar excelencia al proceso de asistencia a las empresas en etapa inicial, a través de facilitar ecosistemas empresariales favorables para el proceso. La asociación está compuesta principalmente por desarrolladores y gerentes de incubadoras, así como también especialistas en comercialización de tecnología, educadores y profesionales de asistencia comercial, y actualmente cuentan con 2,200 miembros en 62 países.

En este marco, según la NBIA una incubadora de empresas es una herramienta del desarrollo económico, diseñada para acelerar el nacimiento y el crecimiento de emprendimientos a través del aporte de recursos y servicios que sirven de soporte para la empresa incipiente. Provee del acceso a espacios con renta apropiada y alquileres flexibles, servicios de oficina y de soporte de equipos tecnológicos y asistencia para obtener el financiamiento necesario para el crecimiento de la empresa. Aspira a tener un impacto positivo en la salud económica de la comunidad, por la maximización del desarrollo de empresas, respondiendo a un modelo dinámico, sustentable y eficiente (NBIA, 2018).

El emprendedurismo es una fuente básica de un modelo de desarrollo nacional y local, siempre y cuando se base en las capacidades propias del territorio y se brinde acompañamiento oportuno, un ambiente favorable y estimulación a los emprendedores.

Kantis desarrolla una reflexión sobre la empresariedad desde un enfoque sistémico centrado en la identificación y análisis de los factores que inciden en las diferentes etapas del proceso emprendedor: a) la gestación del proyecto empresarial; b) la puesta en marcha del proyecto; y c) el desarrollo inicial de la empresa (Kantis, 2004). Por su parte, Neves expone que el proceso de emprendedurismo consta de cuatro etapas, a saber: 1. Identificación y evaluación de la oportunidad, 2. Desarrollo del plan de negocios, 3. Definición de los recursos necesarios, 4.

Administración de la nueva empresa. (Neves, 2013, pág. 14).

Así, el modelo depende a su vez de un promotor, es decir el que lo aplica, que puede ser público (gobierno) o privado (empresas), que a su vez interactúan en el ecosistema económico. Esta lógica de trabajo tiene sus antecedentes inmediatos en el sector privado, derivando en lo que se conoce como star-up, los cuales han sido señalados anteriormente. De esta manera, se establece que el proceso de emprendedurismo posee tres etapas significativas, en un sistema de inputs y outputs que permiten la generación y la evaluación y mejora del proceso, lo cual se presenta en la figura 2.

Por parte de las políticas de gobierno, se han impulsado más con un componente social, como una forma de planificar e impulsar emprendimientos, personales o cooperativos, y como fuentes generadoras de empleo. Esta idea se expone concretamente en que la diferencia del emprendedor social radica en que éste prioriza la lucha contra la exclusión socio laboral mediante el desarrollo de proyectos empresariales en los que se unen la viabilidad técnica y financiera (negocio posible y rentable) con la utilidad social (herramienta al servicio de la inserción socio laboral) (Sanchís y Navarro, 2013, pág. 1).

Figura 2. esquema del proceso de implementación del emprendedurismo.



Fuente: Neves 2013, pag. 14

Así pues, el emprendimiento social se basa en el cambio social bajo un esquema de innovación y requiere de un capital base para invertir y crecer, requiere así mismo el desarrollo de estudios y diagnósticos para garantizar el pleno desarrollo y el logro del objetivo buscado. Radica en ello el punto común de encuentro: la promoción de iniciativas innovadoras bajo un entorno favorable para su desarrollo y consolidación, premisa central del modelo de incubadoras de empresas. De esta manera, el emprendedurismo se convierte en el centro del modelo de incubadora de empresas.

Al quedar demostrado su efectividad, se ha trasladado al sector público, como políticas de Estado orientadas a la promoción del emprendedurismo y, seguidamente, a la implementación del modelo de incubadoras de empresas. Es de esta manera que Etzkowitz y Leydesdorf crearon el



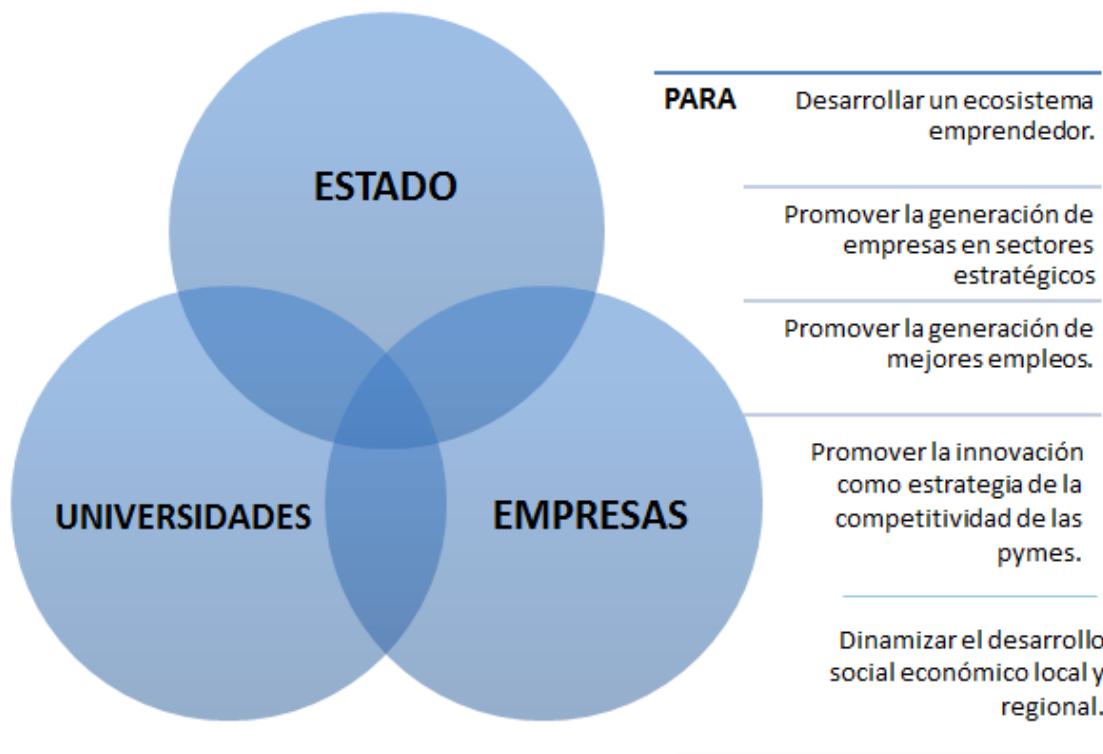
modelo de la triple hélice compuesta por el Estado, las empresas y la academia, y el cual pretende que el accionar de la Universidad sea un creador de conocimiento, que juega un papel primordial entre la relación empresa y gobierno; y como éstos se desarrollan para crear innovación en las organizaciones como fuente de creación del conocimiento (Etzkowitz y Leydesdorf, 2000, pág. 110). En la figura número tres se presenta la hélice antes expuesta.

Este tipo de articulación asociativa es representado en las incubadoras de empresas, las cuales procuran promover el éxito en el mercado de empresas nuevas o en gestación, mediante una oferta de servicios generadas por esta alianza que procuran crear un ambiente protegido en el que se puedan desarrollar con más seguridad.

De esta manera, la colaboración entre las diferentes instituciones involucradas generará ideas mediante la aportación de sus roles tradicionales. Las tres esferas que componen el modelo inician su interacción con el fin de renovar la economía, mediante la mejora del desempeño de la industria existente; el objetivo es que ofrezcan sus funciones al beneficio del conjunto, logrando así la generación de nuevos conocimientos, dando mayor importancia a la tecnología que permita el desarrollo.

Como parte fundamental del modelo de incubadoras de empresas, las universidades juegan un papel muy importante, ya que constituyen las bases de este. Éstas tienen entre sus objetivos el promover que los resultados de la investigación lleguen a la sociedad a través del canal adicional de transferencia de conocimientos y tecnología que son las nuevas empresas, el buscar que los alumnos y exalumnos tengan la oportunidad de desarrollarse independientemente en empresas propias y el vincularse a su comunidad, el sector empresarial y a la sociedad de manera efectiva, entre otros (Red Emprendia, 2012).

Figura 3. hélice de las incubadoras de empresas plantada por Etzkowitz y Leydesdorf.



Fuente: Etzkowitz y Leydesdorf, 2000, pág. 110

Esto transforma significativamente el papel de la academia, puesto que avanza desde una visión de entidad generadora de conocimientos y teoría, a la aplicación de éstos como potenciadores del desarrollo local y nacional. Por lo tanto, contribuye con la dotación de competitividad e innovación a las empresas, en el marco de transferencia de tecnología, uno de los elementos fundamentales para una empresa.

Surge entonces lo que Clark define como universidad emprendedora aquellas que no temen maximizar el potencial de comercialización de sus ideas y crear valor en la sociedad y no ver en ello una amenaza importante para sus valores académicos. (Clark, 1998), definiéndolas con las siguientes características:

- a) Una estructura de dirección reforzada, que debe garantizar la adaptación de la institución a los cambios que se producen en el entorno al tiempo que se funden los nuevos valores de gestión empresarial con los tradicionales valores académicos.
- b) Una periferia desarrollada, que hace referencia al conjunto de entidades (empresariales y administrativas) desarrolladas por la universidad para relacionarse de forma ágil con el entorno.
- c) Una base financiera diversificada, que reduciría la dependencia de la universidad de una única fuente de recursos, incrementando su autonomía.
- d) Un cuerpo académico motivado, que actúe como impulsor de las actividades emprendedoras.
- e) Una cultura emprendedora, que afecte a sus relaciones con el entorno y al modo en que se articulan los procesos de toma de decisiones.

De esta manera, las universidades emprendedoras generalmente construyen programas de incentivos para la generación de empresas innovadoras, ya sea con recursos propios o con accesos a fondos privados. Implementan el modelo de incubadoras de empresas por dos razones:

- Constituyen el espacio en el cual se genera y transfiere el conocimiento; en este sentido, y a través de la investigación, se promueve el desarrollo de la tecnología e innovación,
- Facilita a los estudiantes universitarios su inserción laboral, potenciando su empleabilidad y emprendimientos no por necesidad, sino por oportunidad.

Esta relación no puede tener lugar más que bajo una concepción de servicios a la sociedad, que refleje inequívocamente la trayectoria de juventud, dinamismo, flexibilidad y adaptación a los

cambios de la sociedad que el Patronato establezca.

### **1.6.2 Origen del término emprendedor**

El término emprendedor proviene del francés “entrepreneur”, que es exactamente la misma palabra que se utiliza en lengua inglesa y que deriva del verbo francés “entreprendre” que significa emprender. Un estudio detallado sobre los orígenes del término “entrepreneur” y del proceso de incorporación de tal concepto a la literatura económica fue elaborado por Hoselitz (1951). En sus orígenes, durante el S. XVII se aplicó el término a los franceses que llevaban a cabo expediciones militares. Más adelante se amplió su significado incluyendo a quienes emprendían proyectos de construcción de infraestructuras con carácter religioso o militar. El uso más antiguo del vocablo “entrepreneur”, haciendo referencia a una persona que se hace cargo de un negocio que implica riesgos, se encuentra en un documento de la ciudad de Nottingham de 1630.

El término “entrepreneur” fue introducido en la bibliografía económica por Richard Cantillon en 1755 en su obra “Essai sur la Nature du Commerce en Général” para identificar a quienes corrían el riesgo y tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto innovador. Algunas décadas más tarde, fue Jean Baptiste Say el primero en elaborar el concepto de empresario-emprendedor y su aclaración conceptual como sujeto económico distinto del capitalista (Drucker, 1997; Nueno, 1994; Cunningham y Lischeron, 1991; Ripsas, 1998; Díaz, 2002; Lasch y Yami, 2008). Desde el punto de vista de la posible traducción del término “entrepreneur” al castellano, la situación está clara para diversos autores: es empresario y no emprendedor. Existen motivos que explican porque se generaliza el uso del término emprendedor en sustitución del término empresario. La principal razón es la imagen negativa que se asocia a la figura del empresario (Díaz, 2002). Por su parte, la figura del emprendedor denota una imagen

positiva y heroica, constituyendo un icono de admiración asociado a la capacidad de determinados individuos para llevar a cabo sus iniciativas a pesar de los riesgos implícitos.

En este sentido, una cosa es ser emprendedor y otra es ser empresario. No todos los emprendedores son empresarios, ni todos los empresarios son emprendedores. Una persona empresaria puede tener un negocio tradicional con el cual logra su sustento diario pero que no arriesga; por otra parte, una persona emprendedora apuesta por la creatividad y la innovación sea en su propio negocio como dentro de una gran corporación.

Quizás por eso, en palabras de Díaz “se hace más fácil tratar de disfrazar al empresario bajo un nombre diferente: emprendedor”. A pesar de que el término “entrepreneur” ha sido traducido a diversos idiomas e incorporado en sus respectivos diccionarios, no existe una traducción aceptada del término “entrepreneurship” en la mayoría de ellos.

El Diccionario de la Real Academia de Lengua Española incorpora el término “emprendedor” pero no como nombre sino como adjetivo para referirse al “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. El “entrepreneurship” nace en Estados Unidos como una disciplina metodológica y cultural cuyo objetivo es impulsar a los emprendedores y a la creación de empresas. Se ha intentado encontrar un vocablo español que sintetizara a la perfección el término anglosajón que se venía utilizando hasta el momento.

Veciana afirma que el término “entrepreneurship” engloba tres conceptos – empresario, función empresarial y creación de empresas – y que es de difícil traducción al castellano (Veciana, 1999). Filológicamente, el término inglés “entrepreneurship” proviene de agregar la terminación “ship” a la palabra “entrepreneur”. La terminación “ship” indica el aspecto genérico de un término. Así pues, si asumimos que la traducción de “entrepreneur” es la de empresario, “entrepreneurship”

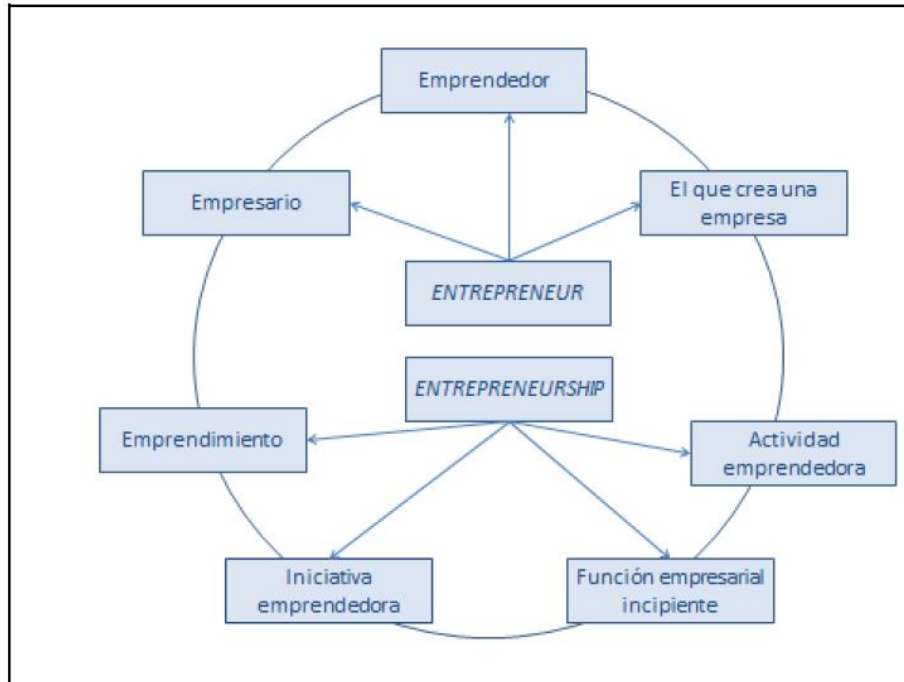
debe hacer referencia a todo lo concerniente al empresario, su función y a la creación de empresas. Así pues, podemos utilizar la palabra “entrepreneur” o “emprendedor” para designar al empresario y su derivado “entrepreneurship” o “emprendimiento” para referirnos a las competencias, comportamientos y habilidades que requieren los emprendedores, pero también al fenómeno de creación de empresas y a la función empresarial incipiente.

En realidad, otros términos como “emprendizaje”, “empresarialidad”, “emprendeduría”, “emprendedurismo” y “emprendurismo” (variantes utilizadas en países hispanoparlantes) son traducciones alternativas de la palabra inglesa “entrepreneurship”. Todos estos vocablos se utilizan para describir en el ámbito empresarial el espíritu emprendedor o el ímpetu por iniciar algo. El Diccionario de la Lengua Española de la RAE incorpora en su vigésima tercera edición con los significados de “acción y efecto de emprender (acometer una obra)” y “cualidad de emprendedor”.

Tan importante como el término a utilizar es el significado que se le da al mismo. Según Veciana carece de importancia buscar una traducción literal al español del término “entrepreneurship” debido a que “en el ámbito académico no existe unidad de criterio sobre su función, significado y ámbito”.

Para los fines de esta tesis, se propone la utilización de las siguientes traducciones del término “entrepreneurship”: “emprendimiento” (término aceptado en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española) o alternativamente “actividad emprendedora”.

Figura 4. Terminología relacionada con Entrepreneur y entrepreneurship



Fuente: Shane (2004)

### 1.6.3 Investigaciones sobre la actividad emprendedora

Entre 1950-1979 la investigación académica se centra en el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas y se van configurando sus diferentes vertientes: la creación de empresas, las PYMES y la empresa familiar.

La Unión Europea es cada vez más consciente de que para la competitividad de la economía europea y para generar crecimiento es muy importante que exista una sólida cultura empresarial.

Una de las claves para el aumento de esta competitividad y también del empleo es emprender una actuación general para fomentar el espíritu empresarial.

Plantea que para fomentar la cultura de empresa es necesario adoptar medidas que animen a las personas a ser empresarios y además dotarles de la cualificación necesaria para triunfar en sus proyectos. Esto supone reformas en los sistemas de educación y formación, cambios culturales y medidas para eliminar obstáculos en la creación de nuevas empresas. El fomento del espíritu emprendedor también supone el establecimiento de un entorno favorable para la creación de empresas, el crecimiento y la transmisión de empresas, lo que supone una importante simplificación administrativa, una mejora del entorno normativo y financiero y el acceso a programas comunitarios como los de I+D y los Fondos Estructurales.

La tendencia en la mayoría de los países europeos de un interés creciente en la investigación sobre el emprendimiento y las pequeñas empresas. Existe una tendencia a establecer distinciones claras entre los conceptos de “emprendimiento” y de “pequeña empresa”. Por ejemplo, surgen estudios focalizados en diversas categorías de empresas: empresas familiares, empresas tecnológicas, spin-offs. Durante muchos años la investigación se ha caracterizado por su baja contribución en aspectos teóricos y por su falta de rigor metodológico. La investigación más reciente se centra en la generación de conceptos y en la construcción de modelos basados en la investigación cualitativa y el estudio de casos, con el objetivo de entender el fenómeno emprendedor en Europa.

Como la presente investigación está enfocada en la medición del impacto de programas de apoyo al emprendedurismo, se presenta un estudio de la Universidad Andina Simón Bolívar con sede en Ecuador (2017), sobre la relación entre el “Emprendimiento y el Crecimiento Económico”,



se entiende que todo crecimiento económico viene dado por aumento de la producción e inversión de las empresas que se traduce a su vez, en aumento del ingreso de las mismas y mayor generación de empleo. Por lo tanto, interesa medir el impacto de los programas de emprendimiento en incremento del ingreso y generación de empleo en las empresas intervenidas.

El estudio en mención realiza un análisis crítico de los trabajos teóricos y empíricos sobre la relación entre el capital emprendedor y el crecimiento económico. Marshall (1916), identifica el capital emprendedor con la capacidad organizativa como cuarto factor productivo, junto con la tierra, el capital físico y la mano de obra. Este cuarto factor productivo y su relación con la teoría del crecimiento está muy bien desarrollado en la literatura económica (Holcombe 1998; Naudé 2013), pero en lo que se centra el estudio en mención es en el entendimiento actual del capital emprendedor –como la capacidad sistémica que tiene un país, región, ciudad, industria o sector para generar nuevas empresas o actividades emprendedoras (Audretsch y Monsen 2008)– y su relación con el crecimiento económico, a partir del supuesto derivado de la teoría del desarrollo territorial endógeno, según la cual la densidad regional de emprendimientos se relaciona directamente con el nivel de desarrollo (Julién 2005). A partir de la crisis financiera de 2009, el emprendimiento se ha empezado a contemplar como factor de amortiguación ante la crisis y propiamente como la solución a la salida de la recesión (Roudini 2012; Rüdiger, Peris-Ortiz y Blanco Gonzales 2014).

El estudio se centra en la revisión sistemática de los principales trabajos teóricos y empíricos de la literatura para el período 2004-2014 y los diez principales indicadores internacionales que aproximan el emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor, Global Entrepreneurship and Development Index, Comparative Entrepreneurship Data for International Analysis, International Benchmark of Entrepreneurs y Eurostat Entrepreneurship Indicators

Programme, Doing Business y Global Innovation Index, World Bank Group Entrepreneurship Snapshots).

A continuación, se presentan otras de las principales investigaciones realizadas y la evidencia empírica encontrada de la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico.

El primero se centra en la difusión del conocimiento. El trabajo de Acs y Vargas (2005) sobre el impacto del emprendimiento y las aglomeraciones en la variación de la tecnología a nivel nacional y su contribución al crecimiento económico en Estados Unidos, estableció que la difusión del conocimiento no solo depende de la cercanía geográfica de las regiones, sino también de las aglomeraciones industriales. Luego, Acs y otros (2005) mostraron que el emprendimiento prolongado tiene notable incidencia en el crecimiento económico, ya que este responde positivamente a mayores niveles de inversión en capital humano e investigación. Por su parte Mueller (2006), en una investigación efectuada en 74 zonas de Alemania, comprobó que el capital emprendedor es un buen conductor del conocimiento entre las universidades y el sector industrial, dados los estrechos vínculos existentes entre la difusión del conocimiento y la capacidad de absorción de la industria.

En el segundo (incremento de la productividad), Holtz-Eakin y Kao (2003) constataron la relación existente entre actividad emprendedora y crecimiento económico en Estados Unidos, mostrando cómo las variaciones en la tasa de entrada y salida de las empresas se relacionan con cambios positivos en la productividad.

En el tercero (creación de empleo), Fritsch y Mueller (2008) observaron la existencia a corto y largo plazo de un impacto positivo del emprendimiento sobre la creación de empleo a causa

de mejoras en la oferta de la economía regional. Mueller, Van Stel y Storey (2008) determinaron la incidencia del emprendimiento en la generación de empleos en Gran Bretaña, explicando la dependencia de las condiciones de las regiones –educación, acceso a crédito y posesión de activos– para la existencia de impactos positivos del emprendimiento.

Teniendo en cuenta los tipos de empresas, Salas y Sánchez (2006), al intentar establecer una relación entre emprendimiento y desarrollo económico mediada por el incremento de la productividad, identificaron la administración del grupo emprendedor de alta calidad –innovación, resultante de las condiciones preexistentes positivas basada en el acceso a educación– como fuente de mayores niveles de producción. En el caso particular de España, Massón (2007) confirmó la importancia del capital emprendedor en la economía, básicamente cuando es generado por empresas de menor dimensión, señalando que a mayor nivel de capital emprendedor, mayor será el número de empresas nuevas, siendo las de menor tamaño las que más contribuyen en las funciones de producción y de conocimiento: el capital emprendedor que genera pequeñas empresas –de uno a cinco empleados– ejerce un impacto favorable en la productividad laboral, en vista de que utilizan sus recursos y capacidades de manera óptima, desarrollando ventajas competitivas que les permiten supervivir en el sistema.

Wong, Ho y Autio (2005) definieron que el emprendimiento de alto potencial tiene incidencia en el crecimiento económico. El emprendimiento por necesidad demostró no tener ningún impacto en el crecimiento económico, a diferencia del emprendimiento por oportunidad. En esta línea de investigación, Van Stel, Carree y Thurik (2007) intentaron evaluar los efectos de las diversas políticas de emprendimiento en los niveles de emprendedores nacientes y nuevos negocios, concluyendo que era importante revisar las conexiones entre las condiciones para el emprendimiento –carga administrativa, tiempo y costos– y la coherencia de determinar las

políticas de acuerdo al tipo de emprendedores, sean por oportunidad o necesidad.

Wennekers y otros (2005) observaron la existencia de una relación en forma de “U” entre el capital bruto invertido en emprendimiento y el desarrollo y bienestar económico. Así, la innovación inicialmente desincentiva los nuevos negocios, sin embargo, después de encontrar mayor estabilidad impulsa los emprendimientos. Un mayor número de propietarios de negocios estimulan la creación de emprendimientos nacientes, en tanto que una seguridad social generosa mostró tener impactos negativos sobre el emprendimiento. En conclusión, la dinámica del emprendimiento tiene un impacto diferente en el crecimiento económico, de acuerdo a la etapa de desarrollo de un país, por lo que debería ser considerada para la formulación de una política económica tomando en cuenta la tasa natural del emprendimiento que es más alta en países de ingreso bajo que en países de ingreso medio y alto.

Por el contrario, Van Stel, Carree y Thurik (2005) sugieren que no existe un cambio significativo en el nivel de influencia del emprendimiento sobre el crecimiento de acuerdo al nivel de desarrollo, si bien es algo más intensa en el caso de las economías más avanzadas. Mientras que Stam y otros (2006) evaluaron la incidencia de los emprendedores en los niveles de crecimiento económico en diversos tipos de economías, señalando que el impacto de estos es considerable en el crecimiento económico, especialmente en economías en transición.

Una reciente publicación del Banco Mundial (BM) a cargo de Lederman y otros (2014) ha puesto de manifiesto que en la región latinoamericana se crean muchas pequeñas empresas, pero con muy poca innovación. Kantis y Federico (2012) y Kantis, Federico y Menéndez (2012) en sus estudios sobre los emprendimientos dinámicos en América del Sur estimaron que existe una influencia directa de la cultura y el sistema educativo en la formación de capital humano

emprendedor, que se requiere también una estructura productiva dinámica y diversificada, pero que se aprecia una escasa incidencia de las plataformas de ciencia y tecnología y del financiamiento en la creación de negocios.

El desarrollo del emprendimiento en la región también ha sido abordado por Acs y Correa (2014), quienes concluyeron que el financiamiento en condiciones adecuadas es una de las principales limitantes del emprendimiento en países en desarrollo, en donde la educación y la asistencia técnica deberían ser pilares básicos en el fomento de emprendedores dinámicos, siempre y cuando la estrategia de innovación llegue a todos los sectores económicos.

Un estudio efectuado en Chile por Poblete y Amorós (2013) para evaluar el impacto que tiene la educación universitaria en el desarrollo de emprendedores, señaló que existe una reducida interacción entre emprendedores y universidades, por lo que no se aprecia un real impacto en la actividad emprendedora, razón por la cual, la educación universitaria enfocada en el emprendimiento no aumentaría la probabilidad de tener intenciones de emprender.

Una investigación efectuada por Lara y Flor (2013) sobre el capital emprendedor y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de la región central del Ecuador, permite deducir que las provincias más emprendedoras y con mayor crecimiento son aquellas en las cuales existe una fuerte presencia de políticas de apoyo, así como las que cuentan con mayores niveles de infraestructura, educación y salud.

#### **1.6.4 El emprendimiento en Latinoamérica y El Salvador**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM por sus siglas en inglés), es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en

las actividades emprendedoras. A la fecha el GEM es uno de los pocos proyectos académicos que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistémica y de forma anual.

Este proyecto fue ideado en 1997 por investigadores de la London Business School y Babson College, EE.UU., y el primer estudio del GEM fue constituido por un grupo de 10 países en el año 1999. Desde aquel entonces el GEM se ha transformado en un consorcio constituido por más de 80 equipos nacionales.

En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA por sus siglas en inglés), la cual es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinadoras.

En El Salvador, la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) conduce la investigación del GEM desde 2012, habiendo publicado el primer reporte nacional en 2013 y el segundo en 2015.

El principal indicador utilizado se denomina TEA (Total Entrepreneurial Activity por sus siglas en inglés), que evalúa el porcentaje de la población en edad laboral que está a punto de iniciar una actividad empresarial, y que ha comenzado una de un máximo de 3 años y medio.

En América Latina, el informe GEM 2016-2017 mostró que la TEA está liderada por Ecuador, donde el 31,8% de las personas activas tienen un proyecto comercial, le siguen Colombia con el 27,4%, Perú (25,1%), Chile (24,2%), Brasil (19,6%), Argentina (14,5%) y Uruguay con 14,1% (Datos obtenidos del informe GEM 2016-2017)

En el caso de Chile, éste cuenta con la Política de Emprendimiento: “Por un Chile Emprendedor”, basado en tres líneas de acción: modernización los instrumentos de financiamiento disponible a los emprendedores; generación de un ecosistema de apoyo a la innovación y emprendimiento, y mayor inclusión para las oportunidades de emprender (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, 2014).

En el caso de Colombia se cuenta con la “Política Nacional de Emprendimiento”, que tiene entre sus objetivos facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial; promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación, y Promover la alianza público-privada académica bajo el modelo de incubadoras de empresas.

Modelos de incubadoras de empresa en Latinoamérica:

Chile cuenta con una serie de actores que trabajan en la incubación de empresas, principalmente universidades. El impacto del modelo ha sido tan sustancioso que, para avanzar de manera articulada, se constituyó la Asociación Chilena de Incubadoras de Empresas, Chile INCUBA. Para el caso de Colombia se ha conformado la fundación INCUBAR Colombia, es una Incubadora de empresa de Base Tecnológica, especializada en proveer servicios integrales en el desarrollo empresarial, acelerando el proceso de creación y consolidación de iniciativas de emprendimiento innovador. Resulta importante destacar que Brasil, a pesar de ser el primer país en implementar la promoción del emprendimiento a través del modelo de incubadoras de empresas, no ha destacado en la región.

Las incubadoras de empresas son entidades públicas o privadas que poseen recursos por ellos administrados que, como se ha planteado anteriormente, tienen por finalidad guiar a emprendimientos, incorporando básicamente un mecanismo de transferencia de conocimientos, el

know how (Se refiere a la dualidad entre el “saber”, que parte fundamentalmente de los conocimientos, y el “hacer”, la ejecución, la aplicación de esos conocimientos para la acción. En la mayoría de las organizaciones esta acción es principalmente la solución de un problema. Basado en el concepto de Basil y Acosta) a jóvenes empresarios que poseen ideas de negocio innovadoras.

La incubación de empresas cobra relevancia a partir de los años 70, producto de una crisis económica; se asume como una estrategia para la reactivación de la economía, en el que el Estado asume un papel de liderazgo y las universidades protagonismo. Si bien en los países de mayor desarrollo se activan, en América Latina es la década de los 90s en la que se experimenta auge. Aunque hoy en día se generaliza la incubación de empresas de diferente tamaño, la incubación de empresas propiamente dicha incorpora innovación, utilización de las tecnologías de punta como la tecnología y el uso de nuevos materiales. Las universidades son claves en esta tarea, siendo así que muchas de las empresas transnacionales que hoy se conocen, tuvieron un origen en los laboratorios y las incubadoras de empresas de grandes universidades de Estados Unidos, Europa y las potencias asiáticas.

De esta manera, se establece que la función básica de las incubadoras de empresas es generar el entorno propicio y facilitar los recursos necesarios para hacer que un negocio crezca rápidamente.

En esta línea, dentro de los servicios que brindan a sus incubados está la dotación de espacios físicos como oficinas o laboratorios, servicios compartidos como asistentes y administradores, acompañamiento y asesorías, establecimiento de contactos para posibles alianzas o financiamiento, entre otros.



Así pues, la incubación de las empresas tiene comparte el principio fundamental de la vida de los seres vivos que, al nacer, son más vulnerables e indefensos. Extrapolando estos elementos, una empresa recién creada debe de ser provista de los elementos básicos para que pueda completar su desarrollo, en un ambiente controlado, con las facilidades mínimas de operación al alcance físico y financiero, con un acompañamiento, supervisión y monitoreo cercano, hasta el momento en que se considera que puede continuar su evolución y crecimiento por sus propios medios.

Dependiendo del modelo de incubación, este acompañamiento puede ir desde el estímulo a las buenas ideas, la revisión y la validación de las mismas, la orientación para obtener fondos y/o socios o inversionistas, la provisión a precios muy bajos de los servicios básicos de cualquier empresa (secretariales, comunicación, muebles, salas de reunión, etc.), hasta la asesoría en diferentes aspectos, tales como la publicidad, el empaque, los canales de distribución, etc.

Tomando como base de referencia el Manual de Implementación de Incubadoras de Empresas de la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), se pueden identificar 3 tipos de incubadoras, de acuerdo al tipo de la empresa o sector de la actividad hacia la cual se orienta, señalando:

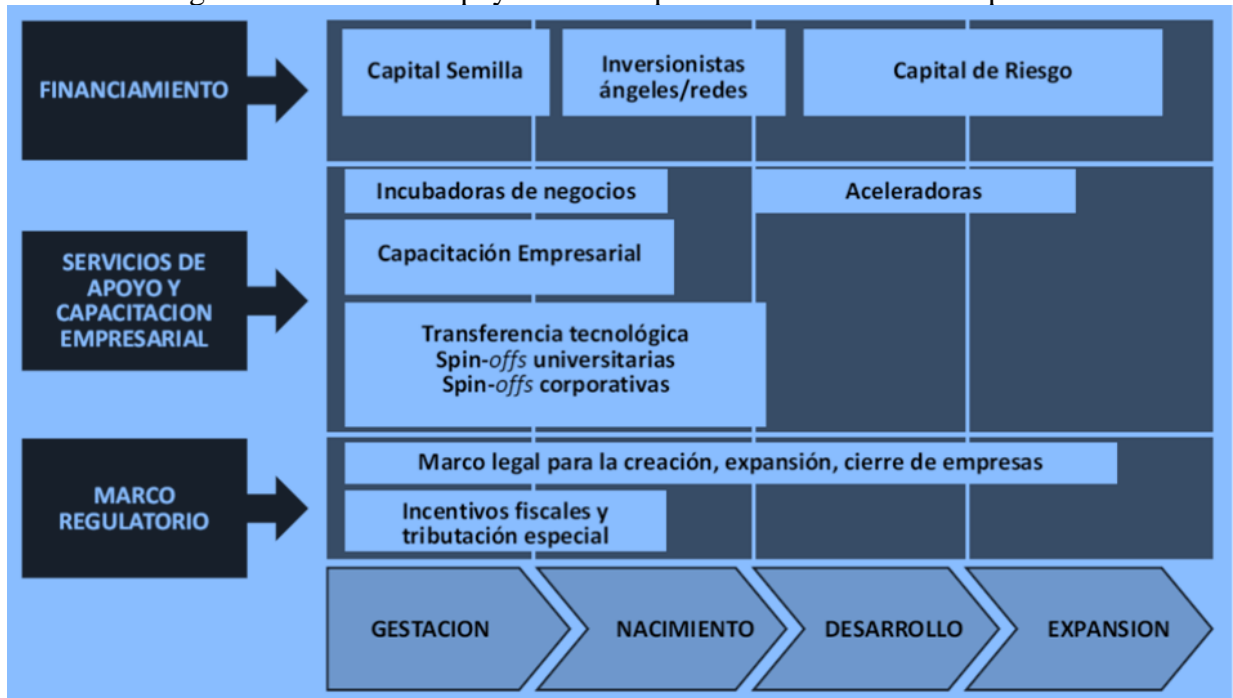
- ✓ *Incubadora de base tecnológica:* empresas de alta tecnología tales como software, biotecnologías, robótica e instrumentación, información y la comunicación (TIC), basadas en la innovación y el desarrollo tecnológico.
- ✓ *Incubadora de uso múltiple:* se dedican a varios tipos de negocios, en gestión social, comercial, industrial, tecnológica. El objetivo de estas empresas es promover el desarrollo económico e industrial de las regiones, pueden promocionar empresas de servicios, comerciales, de manufactura e inclusive de base tecnológica.

- ✓ *Incubadora tipo microempresas, pequeñas y medianas empresas:* para el desarrollo económico de regiones, por lo general se focalizan en grupos vulnerables como indígenas, mujeres, grupos sociales desprotegidos. Son inversiones asumidas normalmente por el Estado.

En la incubación de empresas se hace necesario un proceso emprendedor, resultante de la combinación de gente con talento que posee ideas que conlleven la aplicación de tecnología, junto con recursos expresados en forma de capital y de know how o conocimiento; el sistema financiero favorece sus innovaciones, el sistema de mercado las absorbe, el sistema legislativo les da estímulo y protección y el sistema educativo impulsa la cultura emprendedora.

Además, existen incubadoras virtuales que trabajan en plataformas virtuales, no disponen de instalaciones físicas, acceden a servicios en la web. En la figura número 4 se detalla algunos de los servicios de apoyo que pueden brindar las incubadoras. La sistematización de incubadoras de empresas (Claudia Ortuño, Bolivia 2015), señala que los principios del modelo deben ser sistematizados para que sea sostenible en el tiempo; así mismo, que considere macro procesos, procesos internos y procedimientos. Propone como base conceptual tres categorías, a saber: ecosistema emprendedor, incubadora de empresas y macro proceso de incubación.

Figura 5. servicios de apoyo brindado por las incubadoras de empresas.



Fuente: OCDE 2014 Financing High-Growth Firms: The Role Of Angel Investors, OECD, Paris; Inn Grips (2011).

Para el caso de INCUBA-Bolivia la propuesta de modelo contiene como primer paso la sensibilización, donde se crea el interés, el compromiso de las personas con talento empresarial, esbozando una idea de proyecto a realizar. Normalmente son muchos, que deben someterse a un proceso riguroso de evaluación.

La pre-incubación, que supone una selección de las mejores propuestas y someterla a diagnóstico y a una evaluación rigurosa en cuanto a la generación de valor. Se acorta la lista de proyectos de incubación.

La incubación es el corazón del proceso, se ha agotado la factibilidad y se emprende la gestación de la empresa, es clave el plan de negocios, el proceso del producto a desarrollar, los arreglos con proveedores, las condiciones del entorno. Se sale al mercado.

Tabla 2: Etapas comunes en los modelos de incubación de empresas.

SENSIBILIZACIÓN	PRE INCUBACIÓN	INCUBACIÓN	ACELERACIÓN
Identificación de segmentos.	Deal flow.	Portafolio de proyectos	Dirección Estratégica.
Segmentos	Registro de emprendimientos.	invertibles.	Acuerdos de inversión.
<i>Screening</i> de emprendedores.	Diagnósticos de emprendimientos.	Acuerdos de incubación.	Gestión de Riesgos.
Banco de proyectos.	Generación de propuestas de valor.	Plan de incubación	Negociación de términos de salida.
		Validación de modelo de negocio.	
		Formulación de Plan de Negocio.	
		Demo day.	

Fuente: Claudio Ortuño (2015) pg.78 (Ortuño, 2015)

Una vez consolidado la empresa, es necesario escalar, ampliar capacidades, aumentar clientes, ampliar los territorios de presencia e internacionalizar la empresa. Se amplían los socios financieros.

Es preciso señalar que, como todo proceso, la experiencia en el caso de Bolivia muestra como punto débil la carencia de una rigurosa sistematización, que se aplican modelos no suficientemente validados, y áreas débiles en la capacidad de las personas que manejan las empresas. Comparte INCUBA que las universidades en Bolivia están incrementando los emprendimientos, organizando congresos, se dan pasos para verificar los proyectos, se realiza concurso, los estudiantes proponen proyectos, se realiza exposición para potenciales inversionistas, se generan lazos y vínculos entre estudiantes y potenciales inversionistas, que es positivo, pero es una experiencia que mejorar.

En relación con lo anterior, es posible definir que todos los modelos de incubación de empresas cuentan con una serie de etapas (ver anexo 1). De esta manera, se puede señalar que el modelo de incubadoras de empresas tiene diferentes variantes, considerando que cada país crea su modelo acorde a la realidad y las características propias, hay quienes lo dividen en tres hasta cinco procesos, con etapas y tiempos determinadas. Comúnmente se describen las siguientes etapas: sensibilización, gestión de ideas, pre-incubación, incubación y post-incubación; asimismo, periodo de incubación varía según el tipo de proyecto.

El modelo de incubadoras de empresas ha tenido un gran auge en Latinoamérica, debido principalmente a que se han convertido en una forma de crear empresas que tengan una expectativa de vida más elevada, promoviendo así el desarrollo económico y social.

Sin desmerito de los esfuerzos que se hacen en la creación, capacitación y asesoría de las micro y pequeñas empresas, la incubación de empresas está íntimamente a la utilización de tecnología de punta, a su aplicación e innovación. Las experiencias de México, Brasil, Argentina son relevantes, y las que han realizado Cuba en las áreas de la salud.

Referido a experiencias en la región, la Red Nacional de Incubadoras de Empresa - Bolivia INCUBA, realiza una labor muy destacada en el fomento de la innovación y desarrollo de tecnologías, apoyo al emprendedurismo, que cuentan con 12 miembros, fundamentalmente universidades públicas y privadas, fundaciones, posiblemente algunas fundaciones vinculadas al sector empresarial. Ver tabla número 3 en anexos que se detallan algunas de las principales iniciativas de incubadoras de empresas en América Latina:

En la investigación realizada en 69 países de América Latina por GEM (2014) (Última

investigación del GEM donde participó El Salvador), El Salvador se encuentra por debajo del promedio en materia de emprendedurismo (Ver Figura 6). Según el GEM hay muy pocos nuevos emprendedores en relación al nivel de desarrollo del país comparado con otros de la región en similares condiciones.

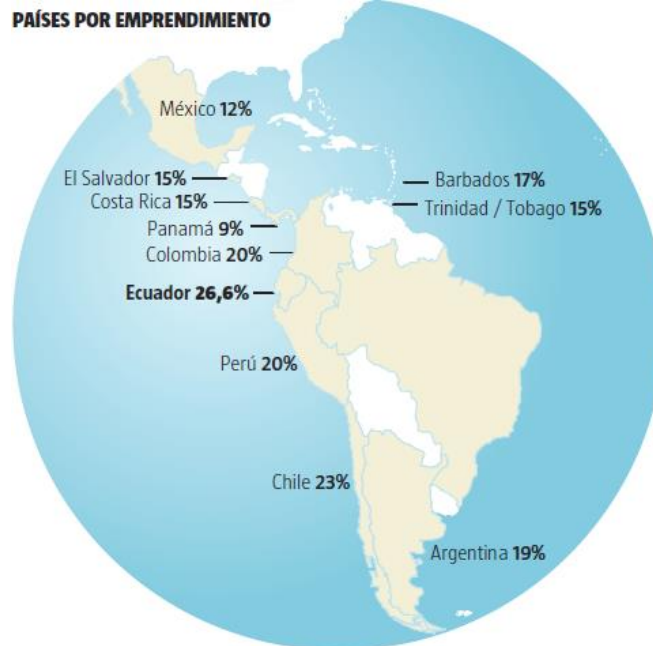
Algunos datos relevantes de dicha investigación son, por ejemplo, que para el año 2014; el 10.8% de los salvadoreños dejaron de tener negocio el año anterior al informe, el 31.2% de los salvadoreños son emprendedores, el 19.5% es la tasa de emprendimiento temprano (TEA) con un incremento casi de 5 puntos con respecto a los datos de 2012, 12.7% eran emprendedores establecidos.

Con respecto al abandono de los negocios, el 10.8% cerraron su negocio en el último año y de ellos el 9.4% de manera definitiva; esta es una tasa extremadamente elevada y sugiere que detrás de este dato hay un problema serio.

Según el estudio, las características de los emprendedores salvadoreños son las siguientes: la edad promedio de los emprendedores tempranos es de 35.5 años y la de los emprendedores establecidos, de 42.9 años., su nivel educativo es de bachillerato, tienen dos hijos en promedio por lo que su emprendimiento más que por tener una visión comercial, es por “necesidad”, su actividad económica anterior al negocio en su mayoría era ama de casa o empleado, los emprendedores nacionales inician su empresa con ahorros personales, por lo tanto, se demuestra el poco apoyo por parte del Estado o de las instituciones financieras en El Salvador para tales propósitos. La banca privada difícilmente financia a los emprendedores, dado el riesgo que representan al no poseer experiencia previa en negocios o conducción de empresas, otra limitante es que no cuentan con garantías reales para garantizar el pago.

Las tasas de emprendimiento entre hombres y mujeres en El Salvador son similares (31.3 % y 31.2 % respectivamente). Sin embargo, un número ligeramente superior de mujeres son emprendedoras tempranas (19.7 % versus 19.3 % en los hombres), y más hombres que mujeres son emprendedores establecidos (13.4 % versus 12.1 %).

Figura 6. Nivel de Emprendimiento en Latinoamérica.



Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM). 2014

El 81 % de los emprendedores en etapa temprana y 92 % de los establecidos no tienen intención de expandirse, mientras que solo un 0.3 % de la TEA planea utilizar nuevas tecnologías para expandirse. El 87 % de la TEA y el 74 % de los negocios establecidos pertenecen al comercio y venta de alimentos.

La gran mayoría de negocios (77 % de la TEA y 60 % de los establecidos) no generan empleos adicionales a los del propietario. Dentro de los cinco años posteriores, 91 % de los establecidos y 70 % de la TEA no esperan generar más empleos, lo que indica que la gran mayoría de negocios carece de expectativas de expansión.

Tabla 3. Tasas de Emprendimiento en El Salvador (% Población entre 18 y 64 años)

Variable	2012	2014
TEA (emprendimiento temprano)	15.3	19.5
Emprendedores nacientes	7.7	11.4
Emprendedores nuevos	7.8	8.7
Emprendedores establecidos	9.4	12.7
Emprendimiento total	24.2	31.2
Abandono de negocio	8.0	10.8

Fuente: Informe Nacional El Salvador 2014-2015 Global Entrepreneurship Monitor



## **Capítulo II: Programas de Apoyo al Emprendimiento y su incidencia en el empleo y el ingreso en El Salvador**

### **2.1 Principales programas de apoyo al emprendimiento**

En El Salvador, en los últimos años se ha hecho énfasis en el desarrollo de emprendedores como agentes dinamizadores de la economía, principalmente de la generación de empleo e incremento del ingreso (ventas). En función de lo anterior, han surgido muchos programas enfocados en el apoyo a proyectos emprendedores por parte del estado salvadoreño y por parte de entes privados.

#### **2.1.1 Sector público**

##### **EL SALVADOR ADELANTE**

En 2014 se lanza el programa denominado “El Salvador adelante” que pretende la profundización de los cambios, plasmados en una serie de ejes sobre los cuales este ambicioso programa buscará reducir la pobreza y alcanzar mayores logros en la política social. Es un programa articulado entre las instituciones del estado comandadas por CONAMYPE.

##### **PROGRAMA PIXELS.**

Esta es una iniciativa gubernamental que inició en 2009. Pixels busca premiar las animaciones salvadoreñas, tanto amateur como profesionales. Los ganadores son acreedores de premios que les ayudan a crecer como emprendedores y promover su trabajo fuera de las fronteras salvadoreñas. Está liderada por el Ministerio de Economía (MINEC) y cuenta con el apoyo de otras instituciones de gobierno y de la empresa privada a través de patrocinios.

### OTROS PROGRAMAS DEL GOBIERNO.

- Juventud emprende; impulsado por CONAMYPE quien promueve innovación en la moda y apoyada por la Universidad pedagógica.
- Programa Casa Abierta, impulsado por la presidencia de El Salvador y Secretaria de la Cultura.

### **2.1.2 Sector privado**

#### PROGRAMA EmprendES

EmprendES, es un servicio de la CAMARASAL, que busca desarrollar el potencial de los emprendedores mediante la implementación de un programa integral, que promueva el establecimiento de nuevas empresas bajo esquemas de productividad, calidad e innovación.

#### EMPRETEC

El programa EMPRETEC es una franquicia propiedad de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo. UNCTAD, que opera en 31 países del mundo, en El Salvador tiene la representación exclusiva de la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS) quien, en el 2004, certificó el programa con la acreditación ISO 9001 manteniendo a la fecha las renovaciones respectivas.

#### PROINNOVA.

Es el Programa de Promoción de Innovación Tecnológica de la Pequeña y Mediana

Empresa (PROINNOVA). Fue creado por la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES) en el 2008 con el objetivo de contribuir a mejorar la competitividad de la pequeña y mediana empresa salvadoreña, permitiéndoles acceder a nuevos y mejores mercados, aprovechando las oportunidades que éstos brindan.

#### VOCES VITALES EL SALVADOR.

Es una plataforma participativa iniciada en 2008, de alcance nacional que promueve y capacita a las mujeres, centrándose en el desarrollo de sus habilidades de liderazgo, espíritu empresarial y autoestima, para crear una sociedad inclusiva y próspera. Fundada por la entonces Primera Dama Hillary Rodham Clinton y la ExSecretaria de Estado Madeleine Albright bajo el auspicio de la 4ª Conferencia para Mujeres de Las Naciones Unidas realizada en Beijing, China.

#### OTROS PROGRAMAS PRIVADOS.

- Emprendedurismo e Innovación, impulsado por la universidad Francisco Gavidia.
- Emprendete 360; impulsado por el PNUD y con el respaldo de diversas ONG´s
- Fundación Emprendedores por el Mundo, apoya en la comercialización de productos artesanales y diseños personalizados.

## **2.2 Caracterización de los programas**

#### EL SALVADOR ADELANTE

Los principales ejes sobre los cuales se sustenta este programa son 10 (ver anexo 3)

Dentro del Eje 1 podemos encontrar las siguientes estrategias:

Estrategia 1: Transformación productiva.

Estrategia 2: Apoyo y Dignificación del empleo.

Estrategia 3: Desburocratizar el estado y promover la inversión nacional y extranjera.

Estrategia 4: Inversión pública para el desarrollo.

Estrategia 5: Estabilidad económica

Cada una de estas estrategias contiene una serie de compromisos para ser ejecutados en el quinquenio 2014-2019. Sin embargo, el compromiso 1,2 expresa: crear nuevos puestos de trabajo a través del desarrollo emprendedor equitativo de los territorios en el que establece que deben fortalecerse los talentos, las capacidades y los emprendimientos productivos y de servicios locales que generen puestos de trabajo, así como las habilidades empresariales, articulando esfuerzos recursos e instrumentos de apoyo para la creación y formalización de emprendimientos.

Para ello, se busca ampliar a todos los departamentos los Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) estableciendo socios públicos privados, ver anexo 4.

El modelo CDMYPE ha sido implementado con la asesoría de la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA) para proporcionar apoyo a emprendedores para la creación de nuevas empresas o negocios. En ellos, se proporcionan los servicios de asesoría empresarial, financiera, en Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) y en Empresarialidad Femenina. Otros servicios son las capacitaciones en diversas áreas de la administración, contabilidad, ventas,

mercadeo. Además, reciben asistencias técnicas especializadas y vinculaciones al sistema financiero nacional para que puedan acceder a créditos del sistema financiero estatal y privado. Los empresarios también son vinculados a otros programas gubernamentales y privados de apoyo a este sector empresarial, en áreas como exportación, innovación, normalización y calidad.

La red de CDMYPE que funciona en todo el país, está siendo fortalecida con los apoyos técnicos y económicos proporcionados por organismos de cooperación como la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Gobierno de la República de China. En el marco de esos apoyos y con el aval de CONAMYPE se está conformando un Sistema de Acreditación de los CDMYPE con el propósito de implementar la Mejora Continua por medio de los procesos de evaluación y acreditación. Asimismo, se está impulsando la creación de la Asociación de las Instituciones Operadoras de CDMYPE, la cual tendrá como objetivo fortalecer el modelo CDMYPE y coadyuvar a su sostenibilidad.

### PROGRAMA EmprendES

El programa desarrolla acciones para personas que aún no cuenten con ideas de negocio, pero buscan emprender, así como también para quienes ya lograron identificar o iniciaron un negocio.

Tiene su única sede en las instalaciones de la Cámara de Comercio de El Salvador, siendo la persona encargada del programa la licenciada Grecia Alas que dentro de sus atribuciones establece los lazos y vinculaciones de los emprendedores con la red de instituciones cooperantes.

Modalidades que incursionar en este programa:

1. Sensibilización: Actividades que ayudan a que las personas que buscan emprender

tengan interacción con emprendedores, motivándoles a emprender. Entre estas actividades se tienen:

- a) Start Me Up: encuentros casuales, que se desarrollan periódicamente que buscan encender el potencial emprendedor. Se invita a emprendedores para que compartan con los asistentes su experiencia, consejos y también fracasos sobre la aventura de emprender.
- b) EAJ "Encuentro Anual de Jóvenes". Una vez al año, se reúne a jóvenes y emprendedores con quienes se comparte y se aprende a conectar con otros emprendedores y especialistas. Su eslogan "Queremos que aprendan y emprendan".
- c) Aceleradoras de Start-ups. Las Start-Ups ingresan a los aceleradores por un periodo de tiempo fijo donde reciben una capacitación intensa, rápida e inmersiva y que pretende acelerar el ciclo de vida de empresas jóvenes e innovadoras.

2. Validación: Si ya se cuenta con una idea de negocio, pero no se sabe cómo iniciar o querer mejorar lo que se está haciendo, se realiza la siguiente actividad:

- a) Bootcamp: Emprendedor Por medio de jornadas teóricas-prácticas se ayuda a desarrollar y validar el modelo de negocio.

Los primeros dos componentes se realizan a través de Impact Hub que es una comunidad global de consultores y espacios creativos con más de diecisiete mil miembros en cien ciudades, que ayudan a crear la mentalidad emprendedora. Se firmó un convenio en 2017, donde se estableció que serían ellos los encargados de ayudar a crear, formar y capacitar a los emprendedores enviados por el programa.

3. Incubación: Diseñado para quienes ya iniciaron, realizan ventas, ya cuentan con clientes y tienen menos de un año de operación. En este formato se realizó el primer Concurso EmprendES

en 2017, con la articulación de diferentes actores del ecosistema emprendedor, lográndose identificar emprendedores del territorio nacional que cumplieron con el perfil y se comprometieron a un proceso que logró el fortalecimiento de sus emprendimientos. Los ganadores de esta primera edición recibieron asesorías y mentorías integrales para la consolidación de sus emprendimientos.

4. Inversión: Busca apoyar y vincular a los emprendedores semifinalistas del concurso con actores que apoyen con inversión para catapultar proyectos innovadores, vinculando con: Ángeles inversionistas, Capital Semilla y Financiamiento bancario. La modalidad de los concursos es establecida por los cooperantes; ya que son estos los que establecen los montos de cooperación.

La licenciada Alas manifestó que CAMARASAL asigna un presupuesto para que el programa funcione, además de algunas donaciones de la Unión Europea. Agregó que EmprendES no genera empleos, lo que hace es apoyar a las instituciones aliadas y a los emprendedores para que sean ellos los que generen empleos.

CAMARASAL también firmó un convenio con EXPERTHA, que es un centro de negocios que ha sido creado para emprendedores. Nace con la finalidad de brindar una serie de servicios en un solo lugar para empresas nacientes que por su condición no pueden tener costos fijos. El convenio surge para el lanzamiento de la segunda edición del Programa Regional de Formación de Emprendedores (Emprendes), con el que estarán apoyando la creación de empresas bajo “esquemas de productividad, calidad e innovación”, de acuerdo con representantes de la Cámara.

Con esta alianza estratégica, Expertha estará brindando el espacio para que emprendedores que participen del programa tengan un espacio para fomentar y hacer crecer sus ideas de negocios. El programa se divide en diferentes fases, siendo la primera la formulación de la idea de la empresa. La segunda fase consiste en ayudar al emprendedor en el diseño del proyecto de la

empresa; mientras que la tercera fase tiene como objetivo brindar asesoría personalizada para la redacción de un plan de incubación apoyado por un tutor-empresario; la última etapa del programa dará seguimiento a los resultados obtenidos por la empresa y se documentará el impacto que el proyecto ha tenido en el nuevo negocio.

### PROGRAMA PIXfELS.

El alcance del proyecto está en concordancia con el Programa de Gobierno El Salvador, Productivo, Educado y Seguro 2014- 2019, uno de sus ejes de acción es: E.1.8 Impulso de la empleabilidad y el empleo, con énfasis en la juventud y en las mujeres, donde la innovación, ciencia y tecnología sirven como enlace para el fomento y desarrollo de nuevas industrias que actualicen el tejido productivo nacional, generando nuevos empleos enfocados en la juventud salvadoreña.

Los participantes deben ser ciudadanos salvadoreños residentes en El Salvador o el extranjero, mayores de 18 años, o empresas salvadoreñas legalmente establecidas, dedicadas a la producción audiovisual, animación o videojuegos, con un mínimo de seis meses de operaciones en el territorio nacional.

Hay un certamen anual que premia las mejores animaciones digitales, videojuegos y producciones audiovisuales salvadoreñas participantes, como estrategia para impulsar el desarrollo y consolidación de las industrias creativas en nuestro país, generar empleos para jóvenes, crear nuevas empresas tecnológicas y nuevos productos innovadores.

A los emprendedores o empresarios ganadores se les apoya con cofinanciamientos no reembolsables, estimulando su formalización y participación en mercados extranjeros, además de hacerles visibles las oportunidades laborales y de negocios que se presentan alrededor de estas



industrias.

El programa se presenta en dos categorías de participación las cuales son:

**Pixels Tradicional:**

Esta categoría pretende incentivar a las nuevas generaciones a la búsqueda y adopción de las industrias creativas de forma profesional y como un modelo de negocios; además, el descubrir nuevos talentos en las industrias creativas e introducirlos al mercado laboral como parte de emprendimientos en el sector; también, apoyar la preparación y el desarrollo profesional de audiovisuales, videojuegos y animaciones digitales.

El proyecto que se declare ganador en la categoría “Anima El Salvador”, se convierte en la imagen gráfica del concurso de la siguiente edición. Por otra parte, los ganadores reciben una presea y son acreedores a pasantías pagadas en los proyectos ganadores en la categoría Pixels Pro.

**Pixels Pro:**

Esta categoría pretende fomentar la vinculación de la cadena de valor de las industrias creativas, promover la creación y formalización de empresas relacionadas a las industrias creativas, apoyar el desarrollo de prototipos comerciales de animaciones digitales, audiovisuales y videojuegos.

Brinda la oportunidad la calidad de las producciones de las industrias creativas, crear series, videojuegos, cortometrajes y/o largometrajes que deriven en posibles licenciamientos, contrataciones de distribución, producción, generación de negocios derivados. Todo esto con el fin de crear empleos y dinamizar las oportunidades para jóvenes salvadoreños apasionados por esta industria.

Los ganadores son apoyados con fondos no reembolsables (liquidando los fondos recibidos en función del cumplimiento de entregables a FONDEPRO) para la producción de su iniciativa creativa, generando propiedad intelectual para la empresa.

Cada proyecto ganador tiene el compromiso de colaborar con otras empresas y así generar un efecto multiplicador que genere más empleos y que contribuya al crecimiento económico; sin embargo, no hay información concreta de cuanto es la inversión recuperada anualmente en contribución económica; sin embargo, por la notoria trayectoria de Pixels y la generación de nuevos empleos, se infiere resultados positivos para la economía en su conjunto.

### EMPRETEC

Dicho programa (creado por Harvard) pretende conocer y practicar los comportamientos emprendedores, a través del Taller “Desarrollo de la Capacidad Emprendedora”, dirigido a personas con espíritu emprendedor, mujeres emprendedoras y jóvenes emprendedores. El programa se fundamenta en las investigaciones sobre la conducta de los emprendedores y empresarios exitosos en diversas culturas y condiciones económicas.

La Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS) pretende impulsar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la sostenibilidad en el país, apostándole al impulso de habilidades y competencias para fortalecer el emprendedurismo por medio del Programa para Desarrollo de Emprendedores: EMPRETEC (Emprendedores y Tecnología).

El programa tiene como misión ser un programa de capacitación que fomenta el desarrollo y fortalecimiento de comportamientos emprendedores, para contribuir a la competitividad de la empresa, con énfasis en la pequeña y mediana. Considerándose de carácter “comportamental”, el cual se basa en las personas, detectando sus potencialidades, fortaleciendo su capacidad

emprendedora y modificando sus actitudes.

El Programa atiende hombres y mujeres que tienen un negocio propio o aquellos que están por iniciar un emprendimiento, así como para ejecutivos o colaboradores de una compañía. Aeroman, Hanes Brands y AES de El Salvador son algunas de las empresas que se han visto beneficiadas con esta metodología.

EMPRETEC es un curso de 56 horas que le permite a los emprendedores vivir la experiencia de crear su empresa y poner en práctica las principales habilidades gerenciales. El programa brinda una formación en tres áreas básicas de comportamiento humano, las cuales comprenden el logro, la planificación y la autoconfianza y poder. Cada uno de los talleres de las tres áreas tienen diferentes contenidos como búsqueda de oportunidades, persistencia, cumplimiento, fijación de metas, planificación sistemática y seguimiento, persuasión, autoconfianza, entre otros.

También promueve el encadenamiento productivo logrando que 50 empresas pymes se vuelvan proveedoras de grandes empresas que sean claves en su desarrollo productivo como por ejemplo: Asociación Azucarera de El Salvador, AES El Salvador, Fruit of the Loom, Walmart de México y Centroamérica, HOPES (Cadena de hoteles pequeños).

Inicialmente el programa EMPRETEC desarrolló talleres para formar empresarios, pero con la experiencia se encontró que el desarrollo de la capacidad emprendedora no necesariamente es para emprender actividades empresariales. Actualmente se cuenta con un equipo de facilitadores que han capacitado a más de 4,000 personas en el país.

PROINNOVA.

PROINNOVA fue creado con el fin de lograr la incorporación de empresas salvadoreñas al proceso de innovación empresarial, calidad y competitividad, con miras a ganar nuevos nichos de mercado. Para ello busca fomentar el crecimiento de nuevos emprendimientos de alto valor agregado y la adopción de nuevas tecnologías en la industria salvadoreña. Ofreciendo a empresarios y emprendedores los siguientes servicios:

- Asistencia tecnológica a través de consultores y expertos internacionales.
- Servicios tecnológicos y analíticos de apoyo a empresas de la industria de alimentos.
- Capacitaciones a través de cursos y talleres especializados.
- Apoyo a ideas innovadoras para la creación de nuevas empresas.
- Acompañamiento en el desarrollo de ideas de negocio, creación de producto mínimo viable y vinculación con fuentes de inversión.

## DIPLOMADO EN INNOVACIÓN

Este diplomado permite encontrar el enfoque clave para la innovación utilizando determinados lineamientos estratégicos, que provienen de los objetivos de la compañía.

- Cultura empresarial dirigida a la innovación
- Metodologías de innovación.
- Identificación de oportunidades
- Ideación
- Prototipado y testeo
- Implementación

## VOCES VITALES DE EL SALVADOR.

Vital Voices Global Partnership identifica, capacita y empodera a mujeres líderes de opinión y empresarias alrededor del mundo, ayudándoles a crear oportunidades económicas, impulsando reformas políticas y/o salvaguardando los derechos humanos, en función del poder transformativo de la participación de la mujer en la sociedad.

El equipo y personal de Voces Vitales Global a nivel internacional cuenta con más de 1,000 socios, expertos y colaboradores pro bono, incluyendo ejecutivos corporativos, gubernamentales y de ONGs, quienes han capacitado y guiado a más de 14,000 mujeres líderes de más de 144 países en África, Asia, Europa, Medio Oriente, Latinoamérica y el Caribe. Estas mujeres a su vez han regresado a sus hogares para capacitar y entrenar a más de 500,000 mujeres y niñas en sus comunidades. Ellas son las Voces Vitales de nuestro tiempo.

VVGP busca ayudar a las mujeres con las herramientas necesarias para ayudarles a cubrir las necesidades de sus familias, expandir sus empresas, generar empleo en sus comunidades y creer en ellas mismas a través de asistencia técnica en gestión y desarrollo de negocios y mercadeo y habilidades de comunicación.

Los servicios principales de Voces Vitales de El Salvador son:

- La Red de Mujeres de Negocios de Voces Vitales El Salvador se creó en febrero del 2013, y es un modelo de colaboración entre mujeres de negocio, empresarias, corporativas y emprendedoras. Por medio de la asistencia técnica, talleres, capacitaciones y charlas, fortalecen sus habilidades y expanden sus conocimientos en diversos temas como emprendedurismo, autoestima, liderazgo, mercadeo, manejo del tiempo, desarrollo de planes de negocios, entre otros. Además, se les brinda un espacio en donde pueden expandir

sus redes de contactos al conocer a otras mujeres como ellas y potenciar sus productos o servicios.

- La Mentoría es un proceso mediante el cual una persona con experiencia (mentora) ayuda a otra persona (aprendiz) a lograr sus metas y cultivar sus habilidades a través de una serie de conversaciones de tipo personal, confidencial y limitadas en cuanto al tiempo y otras actividades de aprendizaje. Las Mentoras también obtienen beneficios de la relación de Mentoría. El objetivo es que la Aprendiz, quien se encuentra en las etapas iniciales de desarrollo y/o fortalecimiento de su negocio, se beneficie de las buenas prácticas y la experiencia que tienen sus mentoras, líderes establecidas con amplia trayectoria empresarial.

Con una Mentoría exitosa, la Aprendiz llega a reconocer sus retos, amenazas, debilidades y fortalezas con el fin de trabajar en cada una de ellas y mejorar. El programa tiene una duración de tres meses, en el cual se desarrolla una relación de confianza y se propicia el intercambio de experiencias y consejos para el crecimiento de la Aprendiz. Ambas, Mentora y Aprendiz reciben tips y manuales sobre cómo llevar su rol de forma adecuada para sacarle el mayor provecho al programa. Luego de recibir capacitaciones de liderazgo y autoestima, las parejas de Mentora-Aprendiz se dedican a planificar el calendario de reuniones y establecer las metas a alcanzar. Las reuniones y todo el desarrollo del Programa de Mentoría son coordinados por Voces Vitales El Salvador a fin de que se logren las metas y se obtengan los beneficios puntuales del programa.

- Actividades:

*Crece Mujer.* Es el máximo encuentro regional de mujeres líderes corporativas en donde se promueve el conocimiento, innovación, se brindan herramientas prácticas y se comparten

experiencias exitosas para romper paradigmas y desafíos. Se busca sensibilizar a la sociedad sobre el impacto de la mujer en todos los ámbitos y sobre la importancia de su desarrollo profesional y económico.

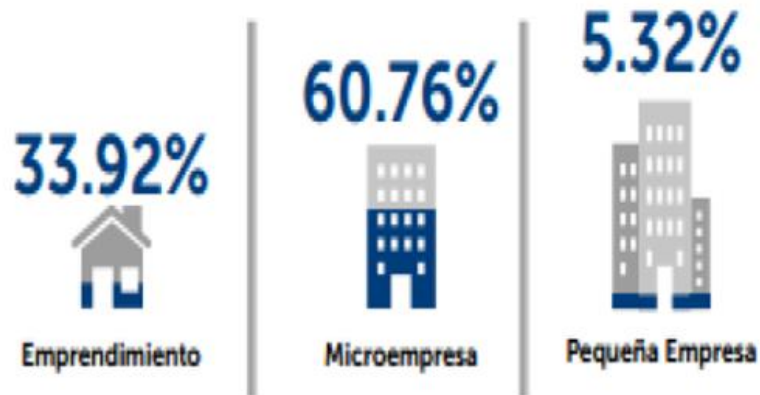
*Caminata de Mentoría.* Es una actividad que reúne a mujeres líderes reconocidas con mujeres líderes emergentes, quienes, caminando juntas conversan sobre temas importantes de liderazgo y desarrollo, éxitos y retos profesionales y personales.

*Talleres de Formación.* Periódicamente se realizan eventos de actualización de conocimientos con herramientas de gestión para optimizar los recursos, validar o re direccionar las estrategias de los negocios.

### **2.3 Emprendimientos y/o empresas emprendedoras atendidos.**

Según la Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas, CONAMYPE 2017, el segmento emprendedor comprende una tercera parte (33.92%) del total de la MYPE (Ver figura 7); sin embargo, este segmento bastante significativo (Estaríamos por encima del potencial emprendedor de los países latinoamericanos), no necesariamente representa nuevos negocios, tampoco proyectos innovadores o tecnológicos; ya que, los criterios de clasificación de la MYPE (ver figura 7) no están acordes a la conceptualización teórica universal.

Figura 7. Clasificación del segmento MYPE en porcentajes



Fuente: CONAMYPE, DIGESTYC 2017

Los criterios de clasificación de los emprendimientos son:

- Personal ocupado no remunerado
- Ventas anuales iguales o menores a \$ 5,714.28 dólares de los Estados Unidos de América

Esta clasificación correspondía con anterioridad a la llamada microempresa de subsistencia y que fue cambiada para utilizar un término más digno al referirse a este segmento empresarial. Por lo tanto, para utilizar un dato más fidedigno para efectos de este trabajo de investigación, utilizaremos el promedio de empresas con menos de un año de operación del periodo en estudio (DIGESTYC 2010-2018)



Figura 8. Criterios de Clasificación de la MYPE. (CONAMYPE, 2018)

CLASIFICACIÓN	CRITERIOS	
 <b>Emprendimiento</b>	Personal Ocupado	<b>No remunerado</b>
	Ingresos Brutos Anuales	<b>Hasta \$5,714.28</b>
 <b>Microempresa</b>	Personal Ocupado	<b>Hasta 10</b>
	Ingresos Brutos Anuales	<b>Desde \$5,714.29 hasta 482 salarios mínimos</b>
 <b>Pequeña Empresa</b>	Personal Ocupado	<b>De 11 a 50</b>
	Ingresos Brutos Anuales	<b>Desde 482 hasta 4,817 salarios mínimos</b>

. Fuente: Art. 3-Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la MYPE

Para efectos de este estudio, el criterio que se utilizará es el de tener menos de un año de operar una empresa. Dada la información del Registro Administrativo de Empresas JFPC de la DIGESTYC (Ver tabla 6) las nuevas empresas registradas de todo el periodo en estudio son 14,739 lo que representaría un poco más del 5% anual de emprendimientos, Este dato no es el de todas las nuevas empresas operando (no existe registro); sin embargo, este dato nos servirá para ver la contribución de los programas de apoyo al emprendimiento al total de la economía. Es importante recalcar que no todos los emprendedores atendidos se convierten en negocios permanentes.

Tabla 4. Registro Administrativo de Empresas 2010-2018

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Total</b>
<b>Nuevas empresas</b>	<b>1,100</b>	<b>1,200</b>	<b>1,425</b>	<b>1,666</b>	<b>1,672</b>	<b>1,782</b>	<b>1,890</b>	<b>1,981</b>	<b>2,023</b>	<b>14,739</b>

Fuente: Elaborado en base a información empresarial de la DIGESTYC y los informes de rendición de cuentas de CONAMYPE.

### 2.3.1 Por programa

#### El Salvador Emprende

Los emprendedores atendidos por todos los programas de CONAMYPE utilizando el criterio del estudio a lo largo del periodo de estudio fueron 4,769, un promedio de 530 emprendedores atendidas por año (ver tabla 7). Vale la pena mencionar que estas cifras están depuradas de todos los programas de El Salvador Emprende y utilizando el criterio definido para este estudio.

En la tabla 7 se muestra el presupuesto promedio por año, utilizado por emprendedor para el programa El Salvador Emprende donde se puede observar que por cada emprendedor atendido, se está invirtiendo 1,475.09 dólares en promedio. El dato anterior, equivaldría al pago del impuesto sobre la renta para una utilidad neta de 5,900.36 dólares.

Tabla 5. Presupuesto por emprendedor, programa Salvador Emprende y emprendedores atendidos por CONAMYPE.

<b>AÑO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>PRESUPUESTO POR EMPRENDEDOR</b>	<b>EMPRENDEDORES ATENDIDOS POR CONAMYPE</b>
<b>2010</b>	\$572,245.66	\$1,430.61	400
<b>2011</b>	\$926,317.04	\$1,627.97	569
<b>2012</b>	\$586,367.65	\$1,665.82	552
<b>2013</b>	\$1,126,430.85	\$1,211.22	930
<b>2014</b>	\$831,979.24	\$803.84	1035
<b>2015</b>	\$885,871.68	\$1,216.86	728
<b>2016</b>	\$840,795.39	\$2,981.54	282
<b>2017</b>	\$678,182.91	\$3,513.90	193
<b>2018</b>	\$586,490.37	\$2,094.61	280
<b>TOTAL</b>	\$7,034,680.80	\$1,475.09	4,769

Fuente: Elaborado en base a información de rendición de cuentas CONAMYPE 2010-2018  
Memorando UCT 013/2021 CONAMYPE en respuesta IAIP

Tabla 6. Emprendedores atendidos por el programa Pixels.

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Total</b>
<b>Hombres</b>	5	5	3	8	13	18	12	7	4	75
<b>Mujeres</b>	0	0	0	0	2	5	2	1	1	11
<b>Total</b>	5	5	3	8	15	23	14	8	5	86
<b>Monto</b>	N/D	N/D	90,000	240,000	500,000	1,575,000	890,000	460,000	250,000	4,005,000
<b>Monto/ Empr.</b>	N/D	N/D	30,000	30,000	33,333.33	68,478.26	63,571.43	57,500	50,000	46,569.77

Fuente: Elaborado en base a información del programa Pixels.

*PIXELS.*

Por otra parte, los emprendedores atendidos por el programa Pixels por año se presentan en la tabla 8. El reducido número de emprendedores atendidos se justifica dado que este sector es bastante especializado y su contribución a las cifras macroeconómicas en el futuro podría justificar el presupuesto que se invierte en el mismo.

Asimismo, el presupuesto por emprendedor resulta muy por encima del reflejado en el programa El Salvador Emprende. El promedio es de \$ 46,569.77 (ver tabla 8) invertidos por emprendedor para el programa Pixels versus \$ 1,475.09 invertidos por emprendedor para el programa El Salvador Emprende.

Tabla 7. Emprendedores atendidos por el programa EmprendES.

<b>Emprendedores beneficiados</b>	138	100%
<b>Empresas sobrevivientes</b>	74	53.62%

Fuente: Elaborado en base a información de Licda. Grecia Alas (CAMARASAL).

## EMPRENDES

Con respecto al programa EmprendES, no fue posible obtener datos de su presupuesto; ya que comentó la licenciada Grecia Alas que esa información es de carácter confidencial; sin embargo, este programa al ser privado, si tiene un costo para el usuario. Los Start Me Up tienen un costo por emprendedor de \$ 10.00 y los encuentros anuales tienen un costo de \$ 20.00

Las empresas que sobrevivieron el año de operaciones fueron 74 (ver tabla 9). Cuando se menciona que sobrevivieron, es que pasaron el año de operación; ya que se entiende que todas aquellas unidades económicas que sobreviven un año, es bastante probable que ya no cierren.

## EMPRETEC

El programa Empretec ha formado a 3,630 emprendedores y emprendedoras a lo largo del periodo (Tabla 10); sin embargo, no hay un dato concreto sobre el nivel de sobrevivencia de los negocios; ya que no hay seguimiento después de terminada su formación.

Tabla 8. Emprendedores atendidos por el programa Empretec.

	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
<b>Cantidad</b>	1,488	2,142	3,630
<b>Porcentaje</b>	41%	59%	100%

Fuente: Elaborado en base a información de Empretec

### PROINNOVA

En el caso de Proinnova, se han atendido a 8,195 emprendedores (Ver tabla 11); sin embargo, no todos pagan porque muchos de ellos son estudiantes de instituciones educativas de nivel medio y superior. Por otra parte, están los asistentes a los eventos que representan más de catorce mil, estos no participan de forma directa son más bien observadores. En ese sentido, los emprendedores que si pagan por los servicios sumarían alrededor de 260; por lo tanto, el costo promedio por emprendedor fue de \$ 275.00 aproximadamente.

### VOCES VITALES EL SALVADOR

El programa de voces vitales ha contribuido a formar mujeres empoderadas que sean agentes de cambio y transformen su vida, la de su familia y la de su entorno. En ese sentido, es importante mencionar la cantidad de mujeres a las que se les ha apoyado en su desarrollo empresarial de todos los proyectos y el apoyo de muchas instituciones. Las beneficiarias pagan \$ 175.00 anuales que pueden ser cancelados en 4 cuotas.

Tabla 9. Emprendedores atendidos en programa PROINNOVA 2010-2018.

Servicios	Beneficiarios
Emprendedores inscritos en todos los programas	8,195
Diagnósticos	134
Proyectos de innovación	99
Asistencias técnicas	161
First Tuesday	93 (14,392 participantes)
Capacitados en aplicaciones móviles	1,830 (150 concursantes, 60 clasificados, 15 finalistas, 6 premiados)
Planes financiados	27
Torneos	5 (420 estudiantes, 23 instituciones)
Inversión	\$ 5,123,931.83
Costo Servicios	\$ 71,673.00

Fuente: Elaborado en base a información de PROINNOVA

Tabla 10. Beneficiarias programa Voces Vitales El Salvador

<b>PROGRAMA ACCIÓN</b>	<b>BENEFICIADAS</b>
<b>Talleres de Capacitación (2013-2018)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de mujeres de negocios CreceMujer, Café Mujer</li> </ul>	8,145
<b>Programa de Mentoría (2013-2018)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas de Mentoría</li> </ul>	786
<b>Proyectos (2013-2018)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres de información, Capacitación, Asistencias técnicas individuales</li> </ul>	3,118
<b>Total</b>	12,049

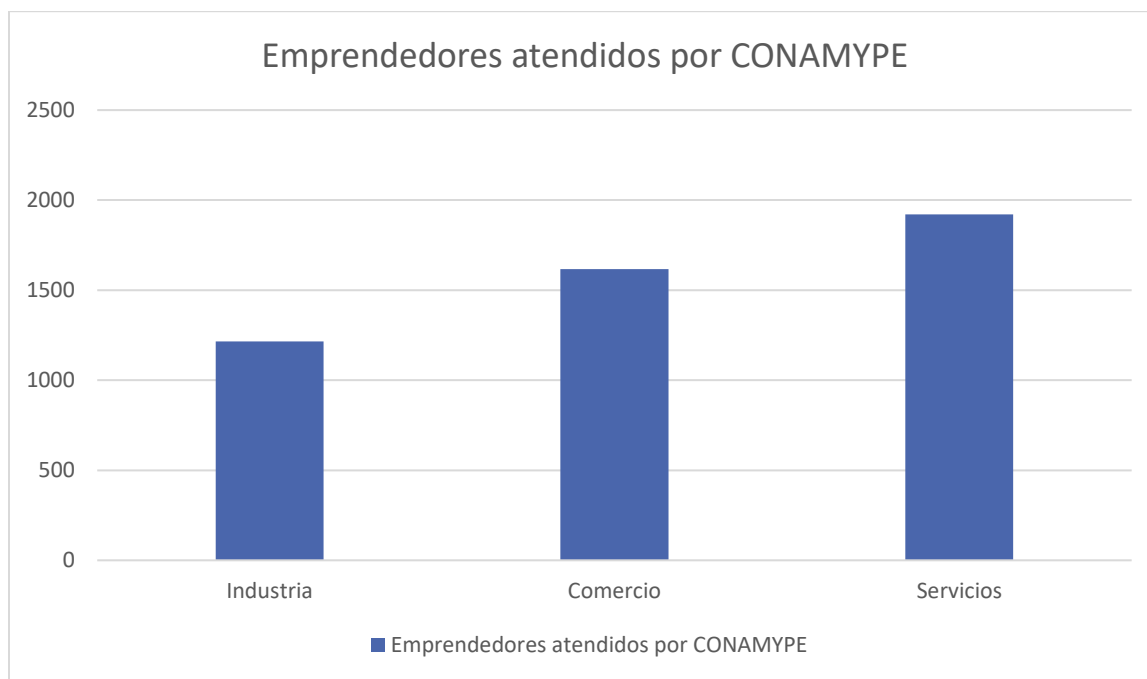
Fuente: Elaborado en base a con información de Voces Vitales El Salvador

### 2.3.2 Por actividad económica

De los emprendedores atendidos por el programa El Salvador Emprende, tenemos que 1,231 unidades económicas pertenecen al sector industria, 1,617 pertenecen al sector comercio y 1,921 al sector servicios; representando el 25.81%, 33.91% y 40.28% respectivamente (ver gráfico 1).



Gráfico 1. Emprendedores atendidos por El Salvador Emprende a través de CONAMYPE.



Fuente: elaboración propia con información de CONAMYPE

El sector económico al que pertenecen los emprendedores atendidos por el programa Pixels es el tecnológico en el rubro de animaciones; sin embargo, podemos hacer una clasificación por categoría como aparece reflejado en la tabla 13.

En la tabla 14 se muestra el número de nuevas empresas, así como los empleos generados por las mismas, la cantidad de proyectos, los ganadores y el presupuesto por año.

Tabla 11. Proyectos ganadores Programa Pixels 2010-2018

<b>Año</b>	<b>Animación</b>	<b>Videojuegos</b>	<b>Audiovisuales</b>	<b>Total</b>
<b>2010</b>	5	0	0	5
<b>2011</b>	5	0	0	5
<b>2012</b>	3	0	0	3
<b>2013</b>	5	3	0	8
<b>2014</b>	7	5	5	17
<b>2015</b>	10	5	8	23
<b>2016</b>	5	3	6	14
<b>2017</b>	3	2	3	8
<b>2018</b>	1	2	2	5
<b>Total</b>	44	20	24	88

Fuente: Elaborado en base a información del programa Pixels.

Tabla 12. Empresas creadas y empleos generados por el programa Pixels.

<b>Año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Total</b>
<b>Empresas creadas</b>	N/D	N/D	1	1	6	21	12	8	5	54
<b>Empleos creados</b>	N/D	N/D	56	123	589	792	280	189	N/D	2,029
<b># Proyectos</b>	48	29	16	29	18	24	36	11	38	222
<b># Ganador</b>	5	5	5	5	6	10	8	11	9	64
<b>Monto</b>	N/D	N/D	90,000	240,000	500,000	1,575,000	890,000	460,000	250,000	4,005,000

Fuente: Elaborado en base a información de Pixels

Para el caso de PROINNOVA el 75% son empresas de alimentos (cárnicos y lácteos, hortalizas y cosmética natural). El 25% de las empresas atendidas son tecnológicas del rubro aplicaciones móviles.

Entre las empresas de alimentos tenemos: Beard Attitude, Cooperativa Morazán, Gelato Shop, Perecedor La Nación, Salsa Catrina, Sopas Kit, Tunan, D'antano, Balbeer, PROJASS, San Martín de Sonia, Fundación Empresa y Desarrollo, Horchata La Nativa, Natsali y The Spice Lab.

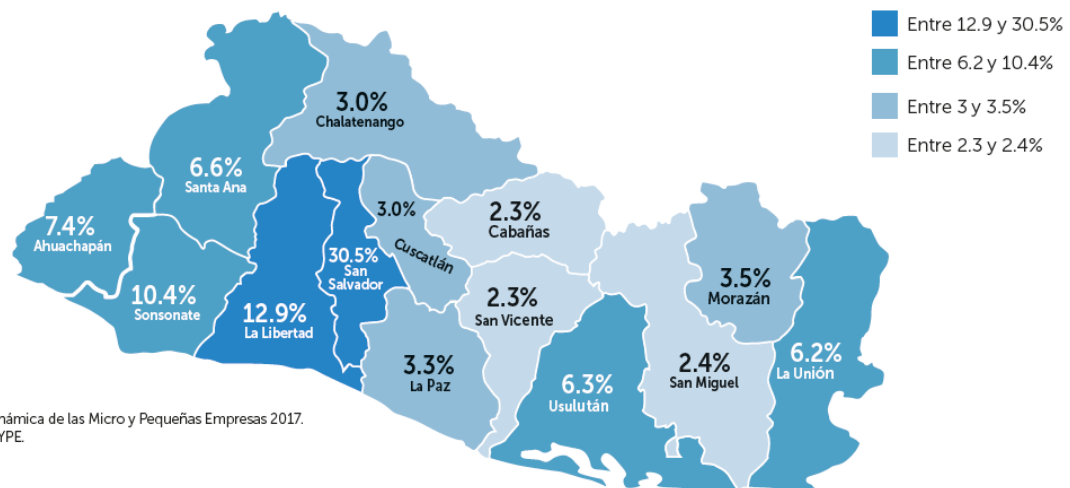
### 2.3.3 Por localización geográfica

Tabla 13. Distribución de las empresas atendidas según área geográfica.

Clasificación	Área	Total
Emprendimiento	Urbana	24,893
	Rural	4,314
Total		29,207

Fuente: elaborado en base a información de CONAMYPE Y DIGESTYC

Figura 9. Distribución de las MYPE por departamento



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC-CONAMYPE.

### 2.3.4 Lideradas por mujeres y hombres

Con respecto al género del propietario, los programas de apoyo al emprendimiento valoran mucho el acompañamiento a la mujer. Eso se puede ver reflejado que, del total de beneficiarios de los programas analizados, el 26.09% corresponde a los hombres y el 73.91% a mujeres (ver tabla 14).

Tabla 14. Clasificación por programa y género del propietario

<b>PROGRAMA</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
El Salvador Emprende	1,483	3,286	4,769
Pixels	75	11	84
EmprendES	66	72	138
Empretec	1,488	2,142	3,630
Proinnova	4,507	3,688	8,195
Voces Vitales	0	12,049	12,049
<b>Total</b>	<b>7,619</b>	<b>21,248</b>	<b>28,865</b>

Fuente: Elaborado en base a información de cada programa

Un poco más del 30% de emprendedores atendidos por los programas de emprendimiento vienen del departamento de San Salvador; luego está el departamento de la Libertad con 13.2% y los tres departamentos de la zona occidental del país Ahuachapán, Sonsonate y Santa Ana con 9.5%, 8.3% y 7.9% respectivamente (ver tabla 15).

Los departamentos con menos oportunidades emprendedoras son Cabañas, San Miguel y Cuscatlán con 1.2%, 1.3% y 2.7% respectivamente. Sorprende el caso de San Miguel que es uno de los departamentos más importantes de El Salvador; sin embargo, podría ser el resultado del volumen de remesas que recibe dicho departamento (es opinión y no está basado en ningún estudio).

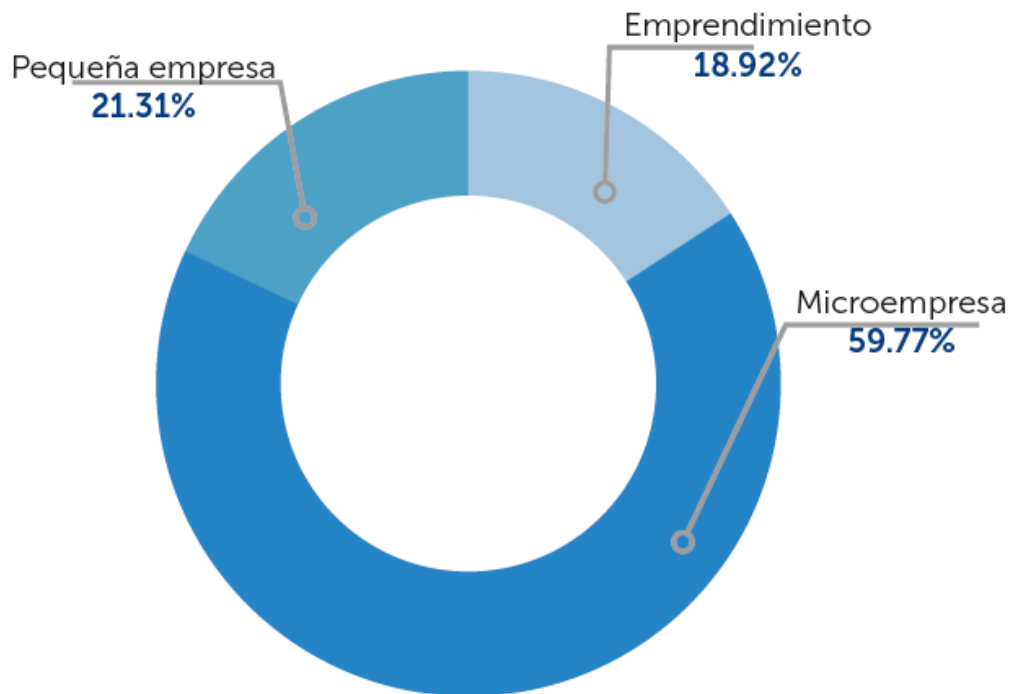
Tabla 15. Ubicación de los emprendedores por departamento y segmento.

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b># EMPRENDEDORES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ahuachapán	2,775	9.5
Santa Ana	2,307	7.9
Sonsonate	2,424	8.3
Chalatenango	1,168	4.0
La Libertad	3,855	13.2
San Salvador	8,937	30.6
Cuscatlán	789	2.7
La Paz	1,110	3.8
Cabañas	350	1.2
San Vicente	876	3.0
Usulután	1,694	5.8
San Miguel	380	1.3
Morazán	1,256	4.3
La Unión	1,285	4.4
<b>TOTAL</b>	<b>29,207</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaborado en base a información de los programas de apoyo al emprendimiento

### 2.3.5 Empleos generados

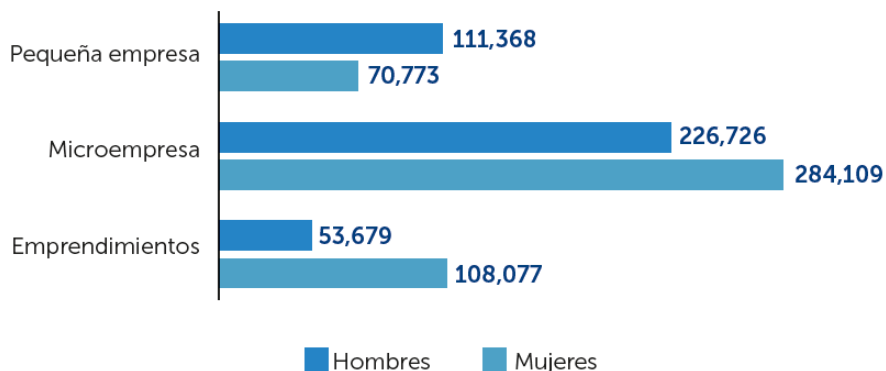
Gráfico 2. Personas trabajadoras ocupadas según tamaño de la empresa.



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC-CONAMYPE.

Según el criterio utilizado por CONAMYPE, el 18.92% del personal ocupado de la MYPE en El Salvador cae en la categoría de emprendimiento con ventas hasta \$ 5,714.28 anuales, el 59.77% corresponde a la microempresa que son aquellas unidades económicas con ventas superiores a \$ 5,714.28 y hasta 482 salarios mínimos, y el 21.31% corresponde a la pequeña empresa que son aquellas unidades económicas que van desde 482 hasta 4,817 salarios mínimos (gráfico 2). Con respecto al sexo del personal ocupado en la MYPE, hay una relación inversamente proporcional entre mayor número de mujeres ocupadas menor tamaño de la empresa (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Personas trabajadoras en las MYPE desagregadas por sexo.



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017.  
DIGESTYC-CONAMYPE.

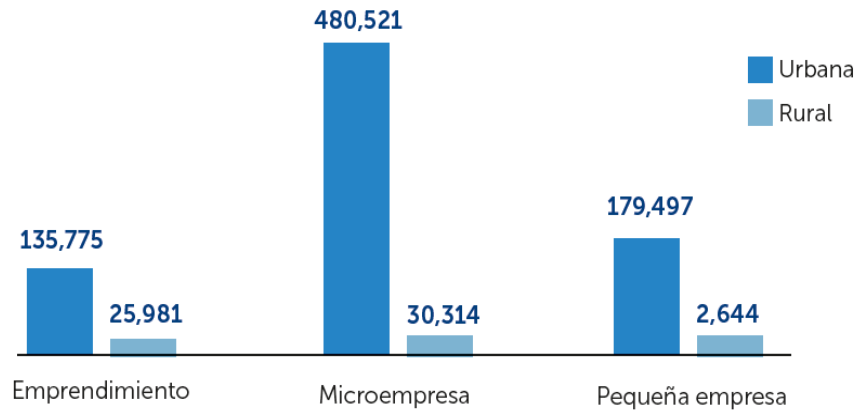
El personal ocupado en la zona urbana para todos los tamaños de la MYPE supera en más de diez veces al personal ocupado en la zona rural (ver gráfico 4).

El comercio y los servicios proporcionan mayor volumen del personal ocupado en la MYPE confirmando la tercerización de la economía (ver gráfico 5).

El número total de empresas creadas en el periodo de estudio por los programas de apoyo al emprendimiento analizados es de 907 (ver tabla 16); sin embargo, el 84.7% de ellas son generadas por el programa El Salvador Emprende. Con respecto al número de empleos generados hay un aporte mucho más equitativo por programa, esto se puede explicar por el hecho de que los otros programas son mucho más especializados.

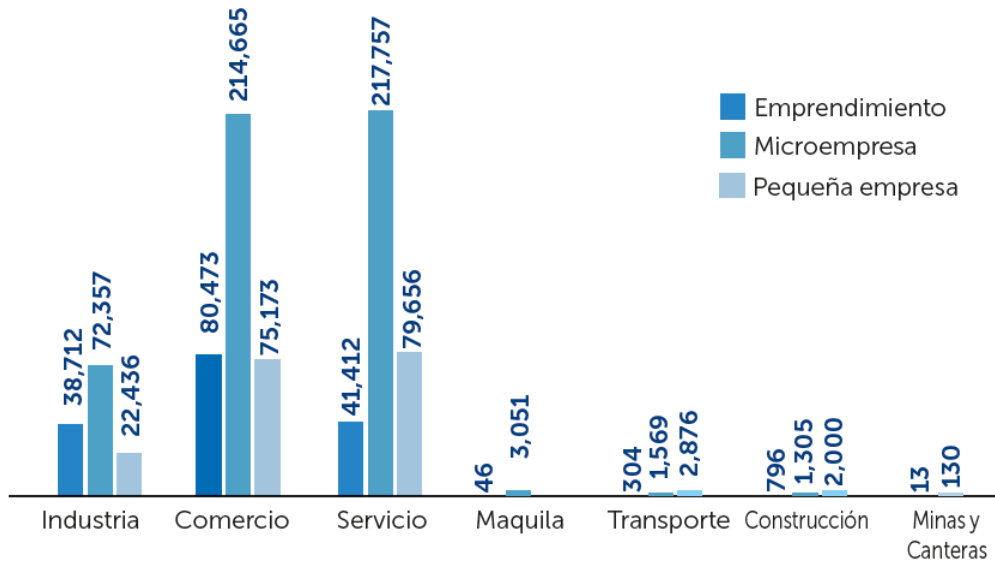


Gráfico 4. Personas trabajadoras por área geográfica según tamaño de la empresa.



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017.  
DIGESTYC-CONAMYPE.

Gráfico 5. Personas trabajadoras de las MYPE según sector de actividad económica.



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017.  
DIGESTYC-CONAMYPE.

Tabla 16. Empleos generados por programa periodo 2010-2018

<b>PROGRAMA</b>	<b>Empresas creadas</b>	<b>Empleos generados</b>
El Salvador Emprende	768	2,819
Pixels	54	2,029
EmprendES	35	148
Empretec	8	415
Proinnova	27	1,312
Voces Vitales	15	1,230
Total	907	7,953

Fuente: Elaborado en base a información de cada programa.

Si comparamos las cifras anteriores con el total del país tenemos, que los empleos generados en los programas de apoyo al emprendimiento representan el 2.89% de aporte al total de empleos generados en la economía de El Salvador para el periodo en estudio (ver tabla 17).

Las empresas creadas por los programas de apoyo al emprendimiento contribuyen con el 6.15% al total de la economía.

Tabla 17. Empleos generados en El Salvador periodo 2010-2018

<b>Año</b>	<b>MYPES Totales</b>	<b>Empleos generados</b>	<b>Empresas Creadas</b>
2010	19,467	3,500	1,100
2011	19,467	6,227	1,200
2012	25,147	2,873	1,425
2013	29,487	76,199	1,666
2014	29,533	8,636	1,672
2015	31,664	35,115	1,782
2016	35,214	-8,303	1,890
2017	33,284	150,879	1,981
2018	35,756	12,521	2,023
<b>Total</b>	<b>259,019</b>	<b>275,126</b>	<b>14,739</b>

Fuente: Elaborado en base a información de la DIGESTYC.

### 2.3.6 Ingresos generados

Es importante recalcar lo difícil que ha resultado para esta investigación obtener información sobre el impacto en las ventas incluso para los mismos programas de apoyo al emprendimiento. Esta falta de claridad en las ventas tiene diversos motivos como, por ejemplo: temor por la situación de violencia que se vive en el país, temor por creer que el proporcionar esa información puede repercutir en temas tributarios, no llevar registros adecuados, etc.

Tabla 18. Ventas generadas por los emprendimientos de los programas de apoyo 2010-2018

<b>PROGRAMA</b>	<b>Ventas generadas \$</b>	<b>Porcentaje %</b>
El Salvador Emprende	1,663,200.00	90.16
Pixels	65,500.00	3.55
EmprendES	22,018.00	1.19
Empretec	54,000.00	2.93
Proinnova	35,200.00	1.91
Voces Vitales	4,822.52	0.26
<b>Total</b>	<b>1,844,740.52</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaborado en base a información de los programas de apoyo al emprendimiento.

Las cifras que en la tabla 18 se presentan son aproximadas y corresponden a lo que los diversos programas han podido recolectar. Se puede observar que un poco más del 90% del impacto lo genera el programa El Salvador Emprende y más en específico por los Centros de Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPEs). Donde los proyectos más consolidados han llegado principalmente para acceder a financiamiento.

Para saber el aporte de las cifras anteriores a nivel de toda la economía, tomaremos los datos de la producción bruta generada en El Salvador en el periodo en estudio (Tabla 19). El aporte de los programas de apoyo al emprendimiento en cuanto a ventas se refiere es de 0.0054% un aporte casi insignificante; sin embargo, las empresas crecen año con año y es ahí donde radica la importancia de estos.

Tabla 19. Producción bruta a precios corrientes de El Salvador 2010-2018

<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN BRUTA (En millones de dólares)</b>
2010	31,250.90
2011	34,461.17
2012	36,358.12
2013	37,313.57
2014	38,502.95
2015	39,215.90
2016	39,798.81
2017	40,819.40
2018	42,644.72
<b>TOTAL</b>	<b>340,365.54</b>

Fuente: Elaborado en base a información de la DIGESTYC

La tabla 20 muestra las ventas generadas por tamaño de empresa según los criterios de CONAMYPE y se observa el bajo nivel de ventas de la categoría emprendimiento, dado que esa categoría está representada por las empresas de subsistencia.

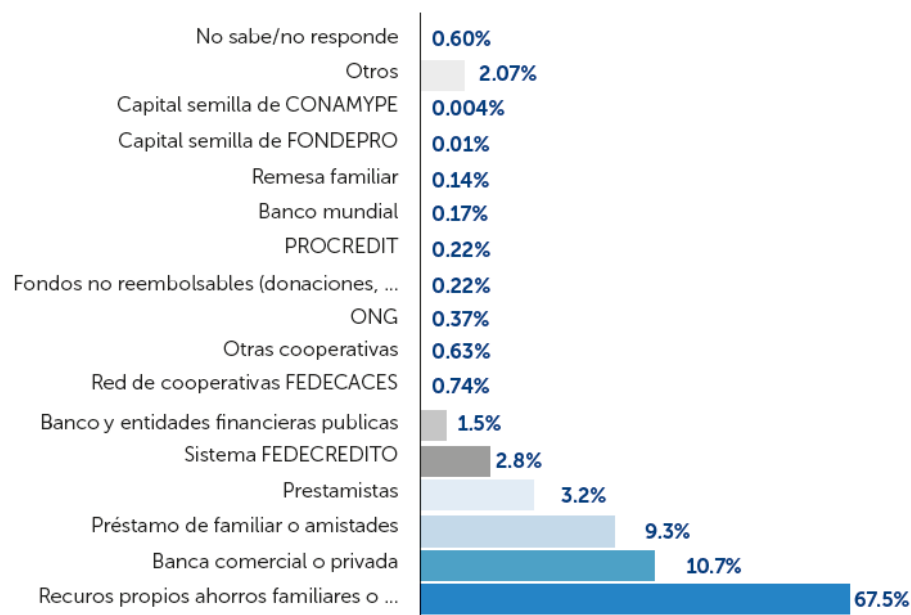
Existe una amplia gama de instituciones que apoyan a las MYPES (ver gráfico 6); sin embargo, aún es insuficiente pues más del 90% de unidades económicas del país representan a las micro y pequeñas empresas.

Tabla 20. Ventas brutas mensuales según tamaño de empresa.

TAMAÑO DE LA EMPRESA RANGO DE VENTAS BRUTAS	EMPRESAMIENTO		MICROEMPRESA		PEQUEÑA EMPRESA		TOTALES	
	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE
Total país	107,795	100%	193,084	100%	16,916	100%	317,795	100%
\$0.01 a \$251.70	52,103	48%	0	0%	0	0%	52,103	5.0%
\$251.71 a \$476.19	55,692	52%	0	0%	0	0%	55,692	17.5%
\$476.2 a \$1,000.00	0	0%	77,916	40%	0	0%	77,916	24.5%
\$1,000.01 a \$2,000.00	0	0%	54,926	28%	0	0%	54,926	17.3%
\$2,000.01 a \$3,000.00	0	0%	26,942	14%	0	0%	26,942	8.5%
\$3,000.01 a 4,000.00	0	0%	11,404	6%	0	0%	11,404	3.6%
\$4,000.01 a 5,000.00	0	0%	9,803	5%	0	0%	9,803	3.1%
\$5,000.01 a 10,109.95	0	0%	12,093	6%	0	0%	12,093	3.8%
\$10,109.96 a \$20,000.00	0	0%	0	0%	8,573	51%	8,573	2.7%
\$20,000.01 a \$40,000.00	0	0%	0	0%	4,550	27%	4,550	1.4%
\$40,000.01 a \$50,000.00	0	0%	0	0%	1,064	6%	1,064	0.3%
\$50,000.01 a \$101,036.50	0	0%	0	0%	2,729	16%	2,729	0.9%

Fuente: Encuesta Dinámica de la MYPE 2017, CONAMYPE

Gráfico 6. Principal fuente de financiamiento al inicio de operaciones.



Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC-CONAMYPE.

Con respecto a la tasa de interés pagada, entre más baja es la tasa de interés mayor es el tamaño de la empresa dado el principio financiero que a mayor riesgo mayor rentabilidad (ver tabla 21).

Tabla 21. Tasa de interés anual pagado según tamaño de la empresa.

TASA DE INTERÉS	EMPRENDIMIENTO	PORCENTAJE	MICROEMPRESA	PORCENTAJE	PEQUEÑA EMPRESA	PORCENTAJE	TOTAL GENERAL
Total país	18,195	0	46,696	0	3,717	0	68,608
Cero	992	5.45	1,359	2.91	16	0.43	2,367
Menos del 10%	4,597	25.27	9,408	20.15	724	19.48	14,729
Entre el 10% y 15%	4,140	22.75	13,088	28.03	1,698	45.68	18,926
Entre el 16% y 20%	3,154	17.33	7,754	16.61	321	8.64	11,229
Entre el 21% y 25%	337	1.85	1,650	3.53	182	4.90	2,169
Entre el 26% y 30%	419	2.30	1,544	3.31	26	0.70	1,989
Entre el 31% y 35%	132	0.73	551	1.18	0	0	683
Entre el 36% y 40%	81	0.45	501	1.07	0	0	582
Más del 40%	424	2.33	735	1.57	0	0	1,159
No Sabe	3,919	21.54	10,106	21.64	750	20.1776	14,775

Fuente: Encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017.  
DIGESTYC-CONAMYPE.

## 2.4 Tipo de apoyos recibidos

En la tabla 22, se muestran los servicios proporcionados por CONAMYPE en el marco del programa El Salvador Emprende (por supuesto que el programa no cubre el periodo 2009-2014 pero la intervención en los territorios ha sido la misma a lo largo del periodo). Es importante recalcar que los emprendedores normalmente toman más de un servicio y estos datos están enmarcados según los criterios de CONAMYPE.

Estos servicios son comunes a los demás programas de emprendimiento (a lo sumo utilizan terminología más rimbombante; por lo tanto, los servicios contenidos en la tabla 22 son válidos para todos los programas.

Tabla 22. Servicios brindados por CONAMYPE 2010-2018

<b>Tipo de Servicios</b>	<b>Número de servicios</b>	<b># emprendedores atendidos</b>
Información	3,996	3,357
Capacitación	342	4,698
Conferencias	117	2,583
Asistencias técnicas	495	1,332
Servicios desarrollo empresarial a través de cdmypes	11,133	14,557
Asesorías empresariales	7,617	7,171
Trámites empresariales	1,792	1,291
Trámites tributarios y mercantiles	986	986
Encadenamientos productivos	1,142	1,142
Capacitación en línea	76	763
Ferias nacionales	525	1,690
Ferias internacionales	36	108
Diagnóstico empresarial	45	33
<b>Total de Servicios/emprendedores</b>	<b>28,302</b>	<b>39,711</b>

Fuente: Informe Anual de Resultados POA 2010-2018



## **Capítulo III: Conclusiones y recomendaciones**

### **3.1 Conclusiones**

La atención para el desarrollo de la MYPE en El Salvador tuvo presencia en todo el territorio a partir de la Alianza Publico Privada Academia – CDMYPE. Este modelo permite acercar sus servicios en todo el territorio nacional y con ello fortalecer a la MYPE. También se ha logrado atender más unidades económicas y prestar un mayor número de asesorías, capacitaciones, asistencias técnicas y vinculaciones entre otras. Desde el inicio, los objetivos han sido generar impacto en el empleo y las ventas en el entendido que la inversión retorne al estado en tributación.

Sin embargo, a través de la historia han existido factores que han afectado al emprendedurismo y no han permitido que este evolucione y se desarrolle, entre estos factores están: La falta de financiamiento, la violencia y criminalidad, las debilidades del sistema educativo en formar actitudes y capacidades para el emprendimiento, la falta de programas de apoyo, el tamaño de mercado y la cultura poco favorable para emprender.

El concepto y clasificación de emprendimiento y emprendedor por parte de la principal institución de apoyo a este sector no corresponde a la concepción internacional del mismo; ya que para CONAMYPE emprendimiento y emprendedor son aquellas unidades económicas que no sobrepasan las ventas de \$ 5,714.28 y el personal ocupado no es remunerado (Anteriormente esta clasificación correspondía a la microempresa de subsistencia) sin considerar el tiempo ni si son iniciativas novedosas.

Para este estudio se ha considerado el tiempo (iniciativas menores a un año de operación) y se ha considerado instituciones que apoyan iniciativas novedosas. Para el caso de los programas estatales a pesar de estar inmersos en la concepción de CONAMYPE, se tomó en cuenta los programas que toman mucho en cuenta lo novedoso de las iniciativas como es el caso de Pixels y los CDMYPEs como parte integrante del programa El Salvador Emprende.

Por el momento, el impacto a nivel macroeconómico es incipiente; ya que, del total de empleos generados en la economía para el periodo 2010-2018, los programas de apoyo al emprendimiento contribuyen con el 2.89%. Por otra parte, del total de empresas creadas en la economía, dichos programas contribuyen con el 6.15%.

Las contribuciones de las ventas generadas de las unidades económicas apoyadas por los programas de apoyo al emprendimiento son todavía más incipientes; ya que, del total generado en la economía, estas contribuyen con apenas el 0.0054% para el periodo 2010-2018.

Otro factor a tomar en cuenta es que el presupuesto invertido por emprendedor es mayor entre más especializado es la iniciativa económica, para el caso, lo invertido por el programa El Salvador Emprende es de \$ 1,475.09 por cada emprendedor y lo invertido por emprendedor para el programa Pixels es de \$ 46,569.77.

En El Salvador el 36,8% de los emprendimientos surge por “oportunidad”, y el 61,6% de los emprendedores lo hacen por “necesidad”, el rubro de “otros” llega a un porcentaje del 1,6%. (Gutiérrez Montoya, Guillermo, 2012) lo que evidencia que la motivación para el

emprendedurismo ha sido la pobreza, la crisis económica y con ella la falta de empleo e ingresos y no el verdadero espíritu emprendedor y creador como se espera de la persona que emprende.

El progreso de los emprendimientos tiene rasgos de género ya que, de cada diez proyectos emprendedores, seis son administrados por mujeres, y 4 por hombres. De tal manera que existe una preeminencia de mujeres empresarias, así como de negocios que se forman para la subsistencia del grupo familiar. (Gutiérrez Montoya, Guillermo, 2012). Este dato también muestra que las mujeres participan en el emprendedurismo motivadas por la necesidad de garantizar el sustento de sus familias.

Para el caso de los programas de emprendimiento analizados en esta investigación, esta relación es de 26.09% para los hombres y 73.91% para mujeres. Desde estos programas se privilegia la participación de la mujer y es por eso que dentro del programa El Salvador Emprende existen unidades exclusivas para este género como, por ejemplo, Ciudad Mujer y la ventanilla de Empresarialidad Femenina en los CDMYPEs.

Entre las causas que provocan el fracaso de las iniciativas de emprendedurismo según los programas de emprendimiento nos encontramos con:

- Desconocimiento de cómo funciona el mercado, pues muchos emprenden y no conocen el ámbito y su lógica de funcionamiento, tampoco conocen el negocio en el que se quieren involucrar provocando que se aprovechen de ellos por el poco conocimiento de cómo operarlo.
- Otra causa es el no contar con estudio de mercado o estrategia de comercialización

adecuadas que venda la calidad del producto y la imagen.

- Tampoco saben si la iniciativa responde a la necesidad del cliente, esto lleva al fracaso, pues si no existe la necesidad por consiguiente no hay demanda del producto.
- La falta de planificación del proceso de la iniciativa lleva a que esta no tenga el éxito requerido, pues no es un proceso planificado y ordenado para llevarse a cabo.

El Salvador ha jugado un papel de bajo perfil en la cultura emprendedora, pues esta acción no se incentiva desde la motivación para ser creativos y tener la oportunidad de desarrollar la cultura de emprendedurismo. Es hasta el año 2014 que se logra formular una, La Política Nacional de Emprendimiento buscando que esta se convierta en una herramienta de política económica para propiciar el desarrollo de nuevas empresas que logre contribuir a la economía salvadoreña y permita superar las tendencias de bajo crecimiento económico, fomentando la producción de los bienes y servicios transables, con valor agregado y diversificación productiva y de mercados.

Los salvadoreños y salvadoreñas históricamente ha sido educadas para el sometimiento a una forma estática de pensamiento sobre el funcionamiento de la sociedad y principalmente de la economía, “creyendo que los pobres, son pobres y los ricos ya están contados”, con esta idea muchas personas aunque tengan la capacidad de crear iniciativas no lo hacen, por ello cuando lo hacen es porque su crisis es fuerte y es la única alternativa para sobrevivir, de ahí la razón del porque se emprende en su mayoría por necesidad, al final es una influencia ideológica capitalista a la que se ven sometidas y por consiguiente asegurando que la concentración de la riqueza se sostenga.

La cultura de emprendedurismo se ha fomentado poco debido a los conflictos entre grupos de interés, principalmente de ideología capitalista, donde los pequeños no han tenido cabida, es hasta el periodo 2010-2018 que se constatan propuestas enfocadas en el sector del emprendedurismo.

El Salvador ha avanzado en materia de emprendedurismo, pues cuenta con un marco jurídico e institucional que le permite potenciar la capacidad emprendedora de sus habitantes. La Política Nacional de Emprendedurismo ha considerado como referencia el marco conceptual armonizado por la Región SICA en la Estrategia Regional SICA EMPRENDE y al estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los enfoques que propone permiten la corresponsabilidad entre instituciones públicas y privadas para el fomento de la cultura de emprendedurismo y tiene a nivel conceptual un amplio abanico que va desde los tipos de emprendedurismo, los mecanismos para potenciarlos, el ecosistema y la cadena de valor que conllevan a una propuesta integral.

El Ministerio de Economía (MINEC), a través de la Dirección de Innovación y Calidad y el Fondo de Desarrollo Productivo, busca “estimular la producción creativa con fines comerciales en El Salvador” por medio de programas como Pixels. La visión es posicionar al país como un actor en la producción y oferta de servicios, productos y contenidos” relacionados con las industrias creativas.

Según el MINEC, el impulso a la industria creativa “implica también la dinamización de los negocios conexos y todo lo que tiene que ver con la creatividad”. Se considera que este incentivo se traduce en la generación de nuevas empresas, nuevos empleos, actividades de alto

valor agregado y activación de dinámicas de encadenamiento productivo”.

El Ministerio de Economía, a través de la Dirección de Innovación y Calidad (DICA) y el Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO), ha premiado a los ganadores de cada una de las ediciones de los premios PIXELS, concurso que concede fondos no reembolsables a las mejores animaciones, videojuegos y audiovisuales participantes.

Desde 2010 hasta 2018, el MINEC ha invertido más de 4 millones para desarrollar 222 proyectos de animación, videojuegos y audiovisuales. Los proyectos Pro, que resultaron ganadores en los últimos cinco años, han generado más de 2,000 empleos y creado 54 empresas dedicadas a las industrias creativas.

Los emprendedores y emprendedoras en El Salvador, si bien es cierto que su mayor motivación o razón para emprender es la necesidad, no se descarta que existen experiencias donde ha surgido la creatividad para la innovación en sus emprendimientos y por ello se registran también experiencias exitosas de cada uno de estos programas como las que a continuación se presentan:

La historia de Patricia Recinos:

Su compañía, Láñez y Recinos, elabora dulces típicos que se convirtieron en el primer producto de una microempresa y que con esfuerzo se ha convertido en pequeña empresa exportadora a través de la cadena Walmart. Láñez y Recinos ha participado en varios de los programas de apoyo al emprendimiento e inició operaciones con la multinacional Walmart en 2011, ingresando con tres productos: semilla de marañón, chocolate en tablilla y coco rallado.

Recibió apoyo del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO), para la compra de maquinaria y equipo para elaborar mejores productos con estándares de calidad altos y con eso acceder no solo al mercado nacional, sino que al mercado internacional.

La empresa Quetzalí:

Es productora de calzado bordado a mano, también es una de las beneficiarias con la tienda El Salvador Productivo, y la mujer que la representa, Dina Castro, es una muestra viva de cómo el apoyo gubernamental contribuye al éxito de los emprendedores. Se acercó a un Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa para capacitarse y con la entrada a la tienda El Salvador Productivo se ha abierto una ventana para que la empresa tenga una proyección internacional con exportaciones a Virginia y Los Ángeles en Estados Unidos.

Historia de Carolina Cuenca y Eduardo González:

En mayo de 2016 nació “AEIOU, Leamos Juntos”, por iniciativa de dos estudiantes de la Universidad José Matías Delgado, quienes después de ver como los niños pasaban horas y horas entretenidos en juegos en los teléfonos no dedicaban su tiempo a la lectura. Conscientes que se ha perdido el hábito de la lectura en los niños, decidieron crear libros y material didáctico que sirva de apoyo y lectura para las nuevas generaciones que se están creando en El Salvador y de ahí el surgimiento de “AEIOU, Leamos Juntos”

Hugo APP:

Alejandro y Ricardo son los emprendedores salvadoreños que han dado vida a Hugo App, una aplicación que busca simplificar las necesidades de la vida moderna con un servicio de

delivery o entregas a domicilio de servicios como alimentos, bebidas, supermercados entre otros. Esta aplicación fue lanzada en marzo del 2017 convirtiéndose en líder a nivel nacional en brindar el servicio de entregas a domicilio y con una gran aceptación dado su número de descargas con más de 100 mil a inicios del 2019 y que cada día va aumentando.

Toda la tecnología es desarrollada “in house” y dentro del equipo de programadores se encuentra una mujer, dando a este emprendimiento un sentido de inclusión y equidad desde sus inicios, la aplicación está disponible tanto para sistemas Android como para IOS. Aportan así mismo empleo para más de 130 personas entre programadores, asistentes, ejecutivos, y la mayoría que está conformado por repartidores de servicio a domicilio.

#### Shanti belleza y aromaterapia

Es una pequeña empresa apoyada por Voces Vitales y CDMYPE que se dedica a la elaboración de productos naturales terapéuticos y cosméticos con Aromaterapia, su propietaria Lorena manifiesta que las materias primas que se utilizan en la elaboración de sus productos vienen de Europa y son de excelente calidad, haciendo uso de aceites esenciales puros en cada uno de sus productos.

#### Art Code Studios

La primera academia desarrolladora de videojuegos, en El Salvador y la región en la cual se desarrollan cursos sobre programación y desarrollo de videojuegos, esta empresa ha tenido el apoyo de varios cooperantes nacionales e internacionales. El desarrollo de esta empresa ha sido impresionante pasando por el hecho de crear sus propios videojuegos, así como impartir cursos



sobre el desarrollo de los videojuegos, así como desarrollo tecnológico en general y cursos de programación. Algunos de los servicios que esta academia brinda a sus clientes son:

*Desarrollo de realidad virtual, Desarrollo de Apps HITCHECK, Animaciones, Realidad Aumentada, Videojuegos – EcoAventuras.*

Robin Winder:

Inicio como un pequeño taller de modas artesanales apoyado por el programa Empretec, pasando a ser un taller de alta costura dándose a conocer a través de un desfile de pasarelas emergentes, promoviendo la marca llegando a vestir personalidades de televisión, dando capsulas de moda en programas de moda promoviendo y dando a conocer la marca, además por medio de redes sociales se logró explotar aún más la marca, llegando a exportar piezas a tiendas de New York en el área de Manhattan.

Rodrigo Galdámez

El Entrepreneurs Organization (EO El Salvador). Otorgo premios a emprendedores juveniles tal es el caso de: Rodrigo Galdámez, de 28 años se destacó por haber desarrollado la empresa English4callcenters, una institución que se dedica a enseñar inglés especializado para call center, le valió a Galdámez ser elegido como el gran ganador.

Lula Mena

Apoyada por Voces Vitales ha llevado sus productos artesanales eco amigables a ferias de Francia y España rescatando técnicas milenarias en su elaboración hecha a mano proporcionando empleo a 50 mujeres. Ganó el premio Caoba a la Excelencia en Emprendimiento social que da la Fundación Gloria de Kriete.

Línea Rosa

Esta es una iniciativa apoyada por Voces Vitales de transporte exclusivo para mujeres con su marca comercial Taxi Mujer que proporciona a las mujeres donde puedan ir seguras sin riesgo de violencia y toda clase de vejámenes.

### **3.2 Recomendaciones**

Con urgencia la Comisión Nacional de la Micro y pequeña Empresa (CONAMYPE) debe definir de forma apropiada lo que son los emprendimientos y los emprendedores para que se generen políticas públicas más adecuadas para atender al sector y que permitan su mejor desarrollo.

Es importante enfocarse en emprendimientos escalables, que cubran una necesidad real y que sean comercializables a nivel global para que permitan posicionar al país en un nivel de competitividad internacional que transforme nuestra sociedad hacia el desarrollo.

Es importante que se utilicen herramientas científicas para atender a los emprendedores por ejemplo, los enfoques basado en la cadena de valor, pero también el enfoque causa y efecto considerando que los emprendimientos deben de considerar el elemento de incertidumbre (ensayo-error), porque a mayor conocimiento se tenga de las variables del negocio a partir de la experimentación, se podrá descubrir más fácilmente las claves que darán forma al proyecto, a través de la acción propia, permitiendo con ello, iniciativas más exitosas.

A nivel educativo, es importante que el Ministerio de Educación (MINED) establezca programas enfocados en generar emprendedores y no empleados tanto a nivel superior como a nivel básicos; ya que la educación transforma sociedades. Esta acción puede ser más importante que el apareamiento de más iniciativas emprendedoras.

La educación necesita incorporar en los procesos de aprendizaje el fomento del espíritu emprendedor procurando la creatividad e innovación, la utilización de las tecnologías y los recursos a manera de crear personas emprendedoras y establecer una cultura de emprendedurismo desde el sistema educativo y de formación profesional.

El financiamiento representa un obstáculo al momento de iniciar una idea de negocios, dado el escepticismo y la incertidumbre con el cual se maneja, este tipo de ideas por parte de los potenciales financistas de una idea innovadora. El desarrollar un plan de negocios que permita visualizar de manera clara el proyecto que se tiene en mente es una herramienta importante, tanto para conseguir el apoyo en un momento determinado, como para guiar a lo largo de su funcionamiento al negocio. La mayoría de los emprendimientos que han sido financiados por la banca, han llevado un plan de negocios elaborado de manera profesional que ha permitido que el escepticismo se diluya.

Para poder formular una idea que sea exitosa sin duda es necesario que se tenga presente la visión innovadora y la de satisfacer de una manera más eficiente una necesidad existente. Por tanto, el apoyo de programas para el desarrollo de emprendedores puede permitir más inversión en áreas de investigación y desarrollo de nuevas ideas, y más aun de la explotación de ideas

creativas, pero sobre todo el apoyo financiero por parte de instituciones que permitan llevar los proyectos a su realización.

Por supuesto que a pesar de que el aporte a nivel macro es incipiente, esto no desmerita el aporte de los programas de apoyo al emprendimiento que para dimensionar el aporte y el retorno de la inversión es darles seguimiento a las unidades económicas por un plazo superior a un año.

Emprendedor no es lo mismo que empresario, por tanto, cultura empresarial no es lo mismo que cultura de emprendedurismo, aunque estas se relacionen se debe de tener presente la diferencia para saber el aporte que esta amerita según las fases.

Queda demostrado que para desarrollar capacidad de emprendedurismo en las personas tanto individual o colectiva, debe de contar con el apoyo necesario por parte del Estado. Para el caso de El Salvador este no ha sido hasta la última década en la que se ve la importancia del fomento de la cultura del emprendedurismo. Anteriormente, el gran capital veía a los emprendedores como un potencial riesgo y se bloqueaban con competencia desleal como, por ejemplo, la bebida Bravo y el caso del automóvil Cherito.

El que se hayan dado avances en el establecimiento de instrumentos jurídico e institucional no garantiza que haya mayor capacidad de emprendedurismo, pues este necesita de financiamiento adecuado y con requisitos propicios al nivel de los emprendimientos, es decir que estos permitan a las personas emprendedoras incentivarse y establecerse sin preocupaciones. De forma incipiente se está atrayendo capital de riesgo para el apoyo de algunas iniciativas aisladas.

Diseñar estrategias de promoción de las iniciativas de emprendedurismo para que estas ganen reconocimiento en cuanto a calidad de los productos elaborados y se introduzcan en el mercado con un mismo status que las demás empresas.

La Política Nacional de Emprendedurismo debe favorecer a las iniciativas novedosas sin que estas, sean medidas y evaluadas con los mismos indicadores de crecimiento económico y responsabilidad fiscal que las grandes empresas, pues no inician del mismo punto de partida, ni en sus condiciones económicas y de posición en el mercado.

Los emprendimientos necesitan articularse con el diseño de estrategias de comercialización de sus productos y darle el valor adecuado con la finalidad de erradicar la cultura conservadora y capitalista de no valorar lo nuestro.

Por otra parte, el emprendedurismo amerita de personas creativas, que visualicen las oportunidades y las conviertan en iniciativas novedosas, se requiere de personas que están en la dinámica de crear, reinventar y que estas sean partícipes de la implementación de la Política Nacional de Emprendedurismo. Promover desde el Estado salvadoreño políticas eficaces de apoyo a las iniciativas de la población para potenciar mecanismos, tramitología y recursos para el emprendimiento.

Que la pobreza no sea mental, sino que se construyan y eduquen liderazgos con visión de progreso. Promover la planificación de acciones para apoyar el emprendedurismo y la cultura

empresarial a través de políticas, instituciones, estrategias y leyes creadas.

En el país existen programas para el desarrollo de emprendedores, sin embargo, hace falta aún más inversión en áreas de investigación y desarrollo de nuevas ideas, y más aun de la explotación de ideas creativas, pero sobre todo el apoyo financiero por parte de instituciones que permitan llevar los proyectos a su realización.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Acs, Z. J. (1996). Does research create jobs? Challenge, January-February, 32-38.

Acs, Z.J.; Audretsch, D.B.; Braunerhjelm, P. Y Carlsson, B. (2004). «The missing link the knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth», Working Paper 4783. London. Center for Economic Policy Research.

Aguilar, J. S. (2013). Actitud Emprendedoras y Oportunidades de Negocio ADGD0210. Avda. El Romeral, polígono industrial de Antequera, Málaga. . IC Editorial .

Alcaraz, R. (2011). El Emprendedor de éxito. México. McGraw-Hill.

Anaya Majano, E. A. (2016). Sistema de Gestión de Riesgo para CONAMYPE como Apoyo al Crecimiento del Sector de las MYPES en El Salvador. San Salvador, El Salvador.

Audretsch, B. (2007). «Entrepreneurship capital and economic growth», Oxford Review of Economic Policy, vol. 23, no 1, pp. 63-78.

Audretsch, D.B. Y Keilbach, M. (2004a). «Does entrepreneurship capital matter?», Entrepreneurship: Theory and Practice, vol. 28, no5, pp. 419-429.

Audretsch, D.B. Y Keilbach, M. (2004b). «Entrepreneurship and regional growth: An Evolutionary interpretation», Journal of Evolutionary Economics, vol. 14, no 5, pp. 605-616.

Audretsch, D.B. Y Keilbach, M. (2005). «Entrepreneurship capital and regional growth», Annals of Regional Science, vol. 39, no 3, pp. 457-469.

- Avilés, I. A. (2002). Creación de una estrategia de promoción internacional para los productos salvadoreños. San Salvador, El Salvador.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). El nuevo rostro empresarial: indagación sobre el empresariado juvenil en América Latina y el Caribe. Colombia: Printer Colombiana S.A.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2007, enero). Guía de Aprendizaje sobre Emprendimiento Dinámicos. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)
- Baumol, W. J. (1990). «Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive», Journal of Political Economy, vol. 80, pp. 893-921.
- Begley, T., & Boyd, D. (1989). Market innovation and entrepreneurship: A Knightian view. Cowles Foundation Discussion Paper, No. 905, Yale University.
- Bhidé, A. V. (2001). Origen y evolución de nuevas empresas. México: Oxford University Press.
- Borghi, M. (2015, mayo 8). EMPRENDEDURISMO Y DESARROLLO ECONOMICO, UN MODELO 10° CONGRESO DE ECONOMIA, Desarrollo económico con equidad social. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.  
<https://archivo.consejo.org.ar/congresos/material/10economia/borghi.pdf>
- Brenner, (1987). National Policy and Entrepreneurship: The Statesman's Dilemma. Journal of Business Venturing, 2, 2, 95-101.
- Brockhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. Academy of Management Journal, 23, 3, 509- 520.



- Brockhaus, R. H. Sr., & Horwitz, P. S. (1985). The psychology of the entrepreneur. The Art and Science of Entrepreneurship. Cambridge, Mass.: Ballinger, 25-48.
- Busenitz, L.; Page West Iii, G.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G. Y Zacharakis, K. (2003). «Entrepreneurship Re search in Emergence: PastTrends and Future Directions», Journal of Management, vol. 29, no 3, pp. 285-308.
- Callejon, M. Y Segarra, A. (1999). «Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions. The case of Spain», Small Business Economics, vol. 13, no 4, pp. 253-271.
- Campbell, C.A. (1992). «A decision theory model for entrepreneurial acts», Entrepreneurship, Theory and Practice, vol. 17, no 1, pp. 21-27.
- Cantillon, R. (1755). «Essai sur la nature du commerce en general». Institut National d'Etudes Demographiques, 1997. Reprod. facs. de la ed. de Paris: Institut National d'Etudes Démographiques, 1952. - Texte de l'édition originale de 1755.
- Cañete, I. (2023, 23 marzo). ¿Qué es una 'startup'? BBVA NOTICIAS.  
<https://www.bbva.com/es/innovacion/que-es-una-startup/>
- Carrasco, I., & Castaño, M. S. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. ICE, 845, 121-134.
- Carton, R. B.; Hofer, C. W. Y Meeks, M. D. (1998). The Entrepreneur And entrepreneurship: Operational definitions of their role in society. Singapore. Annual International Council for Small Business Conference.

Casson, M. (1982). *The entrepreneur: an economic theory*. Totowa, NJ: Barnes & Noble.

Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE-Icesi). (David Smallbone). Políticas de espíritu empresarial y desarrollo de pyme, con referencia en particular a economías de transición. *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*, 36.

Chávez, A. (2019, junio). *El emprendedor y la incubación del emprendimiento*. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].

<https://es.studenta.com/content/111015516/el-emprendedor-y-la-incubacion-del-emprendimiento>.

Clark, B. R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation*. New York: IAU Press.

Comision Europea (2003). *A Study on the Factors of Regional Competitiveness. A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy*. Bruselas. Cambridge Econometrics.

Cooper, A., & Dunkelberg, W. (1984). *Entrepreneurship and paths to business ownership*. Paper 846, Krannert Graduate School of Management. Purdue University.

Cuervo, A.; Ribeiro D. Y Roig S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspectives*. Berlin. Springer Verlag and Heidelberg.

Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). *Defining entrepreneurship*. *Journal of Small Business Management*, January, 45-61.

- Curto, M. (2012). Los Emprendedores Sociales: Innovación al servicio del cambio social. Barcelona: Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE. Business School. Universidad de Navarra.
- Davids, L. E. (1963). Characteristics of Small Business Founders in Texas and Georgia. Athens, GA: Bureau of Business Research University of Georgia.
- Departamento Nacional de Planeación. "Lineamientos Mesa Nacional de Emprendimiento, Articulación Ecosistema Regional de Emprendimiento", Colombia, 2012.
- Díaz, C. (2002). La Creación de Empresas: Revisión Histórica de Teorías y Escuelas. Trujillo: Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas.
- Draheim, K. P. (1972). Factors influencing the rate of formation of technological companies. In A. C. Cooper & J. L. Komives (eds.), Technological Entrepreneurship: A Symposium. Milwaukee Center for Venture Management, 3-27.
- Drucker, P. F. (1997). La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios. Barcelona: Apóstrofe. Título original: Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York: Harper and Row Publishers, 1985.
- El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP). (6 de junio de 2018). <https://www.insaforp.org.sv>. Obtenido de <https://www.insaforp.org.sv/index.php/quienes-somos/generalidades>
- Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) Global Entrepreneurship Monitor. (2015). El emprendimiento en El Salvador. La Libertad, El Salvador.

Espinoza, K & Altamirano, B. (2020, abril). Emprendedurismo en Nicaragua. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua].

<https://repositorio.unan.edu.ni/15843/1/15843.pdf>.

Etzkowitz, H. & Zhou, C. (2006). Triple Helix twins: innovation and sustainability. *Science and Public Policy*, 33 (1), 77-83.

Fademype. (2016). Informe de Labores 2015. San Salvador, El Salvador.

Frank Martín. (2011). Política Empresarial en el Reino Unido. *Desarrollo, innovación y Cultura Empresarial*, 45.

Fundación DESEM. (2012). Manual de Empresas Juveniles. Uruguay: Fundación DESEM.

Galindo, M. A. Y Mendez, M. T. (2011). «La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendedores», *Papeles de Europa*, no 22, pp. 61-75.

Galindo, M. A., Ribeiro, D. Y Mendez, M. T. (2012). «Innovación y crecimiento económico: Factores que estimulan la innovación», *Cuadernos de Gestión*, vol. 12, pp. 51-58.

García Canclini, N. (2013). Jóvenes creativos trabajando en red: una visión multidisciplinaria. En N. García Canclini, & E. Piedras Fieria, *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales* (págs. 9-21). México: Juan Pablos Editor.

García, C.; Martínez, A. Y Fernández, R. (2010). «Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, no 2, pp. 31-48.

García, F., & Ruiz de la Rosa, C. I. (Octubre de 2009). El papel de las universidades en el fomento de la emprendeduría turística. el caso de la Universidad de La Laguna. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 7, núm. 3, pp. 359-369.

García, V. (2015, julio). EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL JUVENIL COMO RESPUESTA A LA CRISIS DE EMPLEO. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad Politécnica del Valle de México].  
[https://cojetac.files.wordpress.com/2015/04/tesis\\_admon\\_final\\_2015.pdf](https://cojetac.files.wordpress.com/2015/04/tesis_admon_final_2015.pdf).

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 4, 696-706.

Gartner, W.B. Y Carter, N.M. (2003). «Entrepreneurship behavior: firm organizing processes», en: Acs ZJ, Audretsch DB (eds.) *The international handbook of entrepreneurship*. Dordrecht. Kluwer Academic Publishers.

GEM (2012). Report on Social Entrepreneurship, consultado el 03-09-2020 en <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>

Gerber, V., & Pinochet, C. (2013). Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven. En N. García Canclini, & E. Piedras Fera, *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales* (págs. 129-154). México: Juan Pablos Editor.

Gonzáles, L. E. (2012). Los principios de la calidad aplicados en Incubadoras de Empresas. Casos “Incubadora LiNC e Incubadora UNCUO”. 157. Mendoza, Argentina.

- Gutiérrez Montoya, Guillermo. (2012). El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador análisis comparativo con países GEM. *Revista RETOS*, 31.
- Hayek, F. A. (1979). Toward a free monetary system. *Journal of Libertarian Studies*, 3, 1, 1-8.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Chile, CEPAL-ONU.
- Hernández, V. (2018, mayo). Sustentabilidad ambiental como cultura de los emprendedores del Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica del IPN. [Tesis doctoral o de maestría, Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás].  
<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/28328/2018MAES%2001802%20H454V.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Beverly Hills, Cal.: Sage.
- Hoselitz, B., L. (1951). The early history of entrepreneurial Theory. *Explorations in Entrepreneurial History*, 3 (4), pp. 193-220.
- Hull, D. L., Bosley, J. J., & Udell, G. G. (1980). Reviewing the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 18, 11-18.
- Jaramillo, M. (2004). *Los emprendimientos juveniles en América Latina: ¿Una respuesta ante las dificultades de empleo?* Ciudad de Buenos Aires: redEtis (IPE-IDES).

Jennifer Patricia Guevara Pinto, Dania Lisbeth Magaña Guerra. (19 de noviembre de 2015).

Emprendedurismo. Obtenido de Emprendedurismo:

<http://emprendepd.blogspot.com/p/historia.html>

Kantis, H & Martínez, A. (2004). Modelos institucionales innovadores en el apoyo a la creación de empresas intensivas en conocimiento: reflexiones en torno al caso de Parquesoft en

Colombia. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad Nacional del Mar de Plata].

<https://repositorio.ungs.edu.ar/bitstream/handle/UNGS/192/TESISFINALMARTINEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Kirzner, I. M. (1973). Competition and entrepreneurship, Chicago. The University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. (1985). Discovery and the Capital Process. Chicago: University of Chicago Press.

Kirzner, I. M. (1999). «Creative and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian \_entrepreneur», The Review of Austrian Economics, no 11, pp. 5-17.

Knight, F. H. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. New York. Houghton Mifflin.

Leibenstein, H. (1968). «Entrepreneurship And Development», American Economic Review, vol. 58, no 2, pp. 72-83.

Loucel., R. R. (2000). Antecedentes recientes de una economía. Entorno, 6-27.

Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: past research and future challenges. Journal of Management, 14, 2, 139-161.

Luis Armando González, Luis Ernesto Romano Martínez. (S/A.). Reforma agraria y cooperativismo en El Salvador, antecedentes y perspectivas (1970-1996). San Salvador, El Salvador.: Biblioteca: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

Lupiáñez, Luis & Bergamini, Tiziana & López-Cózar-Navarro, Cristina. (2014). EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO.

Mancilla, R. D. (2013). La innovación tecnológica en los procesos de emprendedurismo universitario. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, núm. 11.

Marshall, A. (1920). Principles of Economics. Londres. Macmillan.

Max, M. (2015, abril). Emprendedurismo en El Salvador. El Salvador. [elsalvador.com](http://elsalvador.com)

McClelland, D. C. (1961). The Achieving Society. Princeton: D. Van Nostrand Company.

Menger, C. (1981). Principles of economics. Ludwig von Mises Institute.

Mill, J.S. (1848), Principles of Political Economy. Nueva ed. 1909 (ed. W. J. Ashley) 7ª ed, Londres. Longmans.

Minniti, M. (2012). «El Emprendimiento Y El Crecimiento Económico De Las Naciones», Economía Industrial, no 383, pp. 23-30.

NBIA Definition: National Business Incubation Association | Abbreviation Finder. (s. f.).

[https://www.abbreviationfinder.org/acronyms/nbia\\_national-business-incubation-association.html](https://www.abbreviationfinder.org/acronyms/nbia_national-business-incubation-association.html)



Nueno, P. (1994). Emprendiendo: el arte de crear empresas y sus artistas. Bilbao: Ediciones Deusto.

OIT. (2011). Manual Jóvenes Emprendedores inician su negocio. Perú: OIT.

Palau, N. (2014, mayo 16). LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS IQS. [Tesis doctoral o de maestría, INSTITUT QUÍMIC DE SARRIÀ].  
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis+Nuria+Vallmitjana+Palau.pdf?sequence=1>.

Quintanilla, Edgardo Antonio Claros. (2007). Desarrollo de una plataforma web para la comunicación y difusión del emprendimiento en el ecosistema emprendedor de El Salvador. El Salvador: Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE.

Ramírez, É., Cajigas, M., & Jiménez, P. (2011). Colectivos de inversión empresarial: una opción hacia el desarrollo local. Estudios Gerenciales, vol. 27, núm. 118, pp. 139-161.

Real Academia Española. (13 de 12 de 2013). Emprendimiento. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=Emprendimiento>.

Red Emprendia (2012). 100 buenas prácticas de emprendimiento universitario. Netbiblo: España. Disponible en: <https://www.redemprendia.org/servicios/publicaciones/coleccion-estudios-redemprendia>

Reynolds, P.; Hay, M.; Camp, R.M. (1999). Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report, London: London School Business. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial leadership.

- Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business in Economics*, 10, 103-115.
- Rodriguez, A. (2010). «Proyecto GEM: Medición de la capacidad emprendedora», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, no 2, pp. 9-13.
- Romer, P. M. (1986). «Increasing Returns And Long-Run Growth», *Journal Of Political Economy*, vol. 94, no 5, octubre, pp. 1002-1037.
- Sánchez, J. C., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de psicología social aplicada*, vol. 15, núm. 1, pp. 37-60.
- Sanchis, J.R. y Navarro, A.M. (2010). Emprendedurismo social y una nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral. España. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf>Lista (Junio 2013).
- Say, J. B. (1803). *Tratado de Política Económica*, Méjico, Fondo de Cultura Económica.
- Schmude, J., Welter, F., & Heumann, S. (2008). Entrepreneurship in Germany. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 289-311.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper & Brothers.

- Schumpeter, J. A. (1957). Teoría del Desarrollo económico : Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico. En *Fondo de Cultura Económica eBooks*. <https://ci.nii.ac.jp/ncid/BA39130562>
- Shane, S.A. Y Venkataraman, S. (2000). «The promise of entrepreneurship as a field of research», *Academy of Management Review*, No 25, pp. 217-226.
- Shapiro, A., & Sokol (1982). The Social Dimension of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 72-90.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Timmons, J. (1994). *New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*, Chicago. Irwin.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, vol. 26, núm, 117, pp. 41-60.
- Uribe, J. Y De Pablo, J. (2011). «Revisando El Emprendedurismo», *Boletín Económico De ICE*, No 3021, diciembre, pp. 53-62.
- Valliere, D. Y Peterson, R. (2009). «Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 21, no5-6, pp. 459-480.

Veciana, J.M. (1999). «Creación de Empresas como programa de investigación Científica»,  
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 8, no. 3, pp. 11-36.

Walras, L. (1877). Elements of Pure Economics. Trad. W. Jaffé (1957).

Weber, M. (1974). Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva. México, FCE.

Wennekers, A. R. M. Y Thurik, A. R. (1999). «Linking Entrepreneurship and Economic  
Growth», Small Business Economics, no 13, pp. 27-55.

Wong, P.; Ho, Y. Y Autio, E. (2005). «Entrepreneurship, innovation and economic growth:  
Evidence from GEM data», Small Business Economics, vol. 24, no 3, pp. 335-350.

# ANEXOS

Anexo 1. Resumen principales incubadoras de empresas en Latinoamérica.

País	Iniciativa	Objeto	Resultados
Chile	Start-Up Chile	Es una aceleradora de negocios creada por el Gobierno de Chile para traer un alto nivel de emprendimiento basado en la innovación con sustento en Chile. Actualmente, Start-Up Chile es la aceleradora líder de Latinoamérica, entre las TOP 10 a nivel global y posee la más grande y diversa comunidad de startups en el mundo. Start-Up Chile cambió la visión del emprendimiento a nivel global, después de su creación, alrededor de 50 países crearon programas similares.	En Chile, startups han levantado colectivamente capital por USD\$30.5 millones. Del total, 29% corresponden a fondos públicos y un 71% a privados. 34% de los startups siguen en el país con sus operaciones. Las ventas acumuladas globales alcanzan USD\$276 millones, de las cuales USD\$143 son del último año.
México	Smart-Impact	Es un programa de aceleración diseñado para ayudar a emprendedores a amplificar el impacto de su idea de negocio y	El programa tiene a su disposición una red de 60 mentores de empresas líderes mexicanas e

		prepararla para lanzamiento, aceleración e inversión. Cuenta con un Jardín de Innovación que inspira e impulsa a emprendedores innovadores que buscan generar cambio e impacto masivo para resolver problemas sociales, ambientales o de la economía usando tecnología, para promover futuro sustentable mediante la creación de empresas de alto impacto.	internacionales y se destacan los talleres estratégicos que van desde el desarrollo de negocios hasta el MVP, marketing, comunicación, experiencia de usuario, diseño y branding.
Colombia	INNpulsa	Creada por el gobierno nacional para promover el emprendimiento, la innovación y la productividad como ejes para el desarrollo empresarial y la competitividad. Busca forjar las empresas del futuro, empresas innovadoras y productivas como fuente de riqueza y prosperidad para el país.	En 2014 el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) lo premia como caso destacado por la pertinencia y flexibilidad del modelo. En 2016, el Banco Mundial le destacó como institución clave y protagónica en el

			desarrollo productivo del país, por innovación y productividad empresarial.
Guatemala	Incubadora  Campus  TEC	<p>Localizada dentro del Campus Tecnológico de Guatemala, acelera la creación, crecimiento y consolidación de empresas y proyectos innovadores, así como la capacidad emprendedora de personas.</p> <p>Dispone de recursos técnicos, económicos, infraestructura y de una red de contactos para guiar a las empresas y los emprendedores para su desarrollo competitivo.</p> <p>Servicios: comercialización de los productos/servicios y búsqueda de oportunidades de negocio de los miembros del campus Tecnológico; Asesoramiento y capacitación; Servicios de gestión</p>	<p>Para 2017 se obtuvo:</p> <p>166 trabajos creados.</p> <p>\$2,292,524 en capital para financiamiento.</p> <p>1,400 emprendedores con acceso a bienes y servicios.</p>



		de proyectos, mercadeo, asesoría legal, recurso humano y otros con red de mentoría.	
Argentina	NXTPLabs	Dedicada a acelerar y financiar empresas de base digital que se encuentran en fase temprana y buscan oportunidades regionales y globales. Además de proveer capital semilla, U\$S 25,000 en efectivo a cambio de una pequeña participación accionaria, ofrecen training, coaching, y un programa de mentoreo con más de 120 mentores de todos los continentes. Asimismo, brinda una política de following investment muy activa.	469 millones de dólares invertidos en el portafolio de compañías.  150 co-inversores  300 mentores apoyan a los emprendedores.

Fuente: INCUBA, Bolivia

Anexo 2. Fin y Objetivos de La Política Nacional de emprendimiento.

<p>FIN</p>	<p>Fortalecer el ecosistema de emprendimiento de El Salvador a través de las diferentes acciones estratégicas de promoción y desarrollo del emprendimiento, fomento de una cultura emprendedora y la articulación institucional, que permitan crear emprendimientos con potencial de rápido crecimiento y que en el corto plazo nos permita contar con empresas competitivas que puedan integrarse a la economía local y nacional e impactar en los niveles de empleos e ingresos en la economía del país.</p>
<p>OBJETIVO GENERAL</p>	<p>Elevar la capacidad de respuesta y fortalecimiento institucional público, privada y la academia en el ecosistema de emprendimiento del país, fortaleciendo la cadena de servicios de financiamiento de emprendimientos, con novedosos instrumentos que tengan un enfoque de equidad de género y prioricen en los emprendimientos dinámicos con potencial de crecimiento y en la creación de una cultura de emprendimiento innovadora.</p>
<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>	<p>1. Innovación en la Industria de Soporte. Garantizar que el ecosistema emprendedor produce e implementa servicios de apoyo emprendedor y empresarial, de inteligencia de mercado, desarrollo de modelos de negocios, y servicios novedosos y de calidad que respondan a las necesidades de los emprendimientos dinámicos y se transformen en un verdadero sistema soporte y de cadena de valor para la creación de nuevas empresas sostenibles y competitivas.</p>

	<p>2. Acceso a Financiamiento. Establecer claras líneas de financiamiento diferenciadas para los emprendimientos por necesidad y por oportunidad apegadas a la realidad de los emprendimientos y exigencias de los procesos de desarrollo de los mismos y establecer un mecanismo de acompañamiento para la ejecución de las inversiones a través de la donación o créditos.</p> <p>3. Articulación Institucional. Lograr la integración y sinergias en las acciones de las instituciones del ecosistema emprendedor del país, para apoyar de manera acelerada el surgimiento de emprendimientos dinámicos y de alto impacto, que aporten en la cadena de emprendimiento, así como funcionar como red nacional que permita la complementariedad y coherencia bajo una sola visión de país.</p> <p>4. Mentalidad y Cultura de Emprendimiento. Promover el espíritu emprendedor en el país para generar una cultura emprendedora orientada hacia la innovación y los mercados globales.</p> <p>5. Emprendimiento en el Sistema Educativo. Propiciar el emprendimiento como eje transversal en los niveles de educación básica, media y superior, incorporando metodologías y herramientas para instalar valores y conocimientos sobre emprendimiento.</p>
--	---

Fuente: Política Nacional de Emprendimiento de El Salvador 2014.

### Anexo 3. Ejes sobre los cuales se sustenta el programa EL SALVADOR ADELENTE

Eje 1: El empleo es primero.

Eje 2: Reducción del costo de la vida.

Eje 3: Bienestar para la gente con educación y salud.

Eje 4: Todo el país por la seguridad.

Eje 5: Sustentabilidad ambiental para una sociedad con futuro.

Eje 6: No más territorios olvidados

Eje 7: Ciudadanía Salvadoreña desde el exterior

Eje 8: Integración para la gente

Eje 9: Fuerza cultural: Riqueza y futuro del país

Eje 10: Lo haremos con la ciudadanía

Dentro del Eje 1 podemos encontrar las siguientes estrategias:

Estrategia 1: Transformación productiva.

Estrategia 2: Apoyo y Dignificación del empleo.

Estrategia 3: Desburocratizar el estado y promover la inversión nacional y extranjera.

Estrategia 4: Inversión pública para el desarrollo.

Estrategia 5: Estabilidad económica

Anexo 4. Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) y socios públicos privado con instituciones.

- CDMYPE UFG (Universidad Francisco Gavidia)
- CDMYPE UTEC (Universidad Tecnológica de El Salvador)
- CDMYPE USO (Universidad de Sonsonate)
- CDMYPE UGB (Universidad Gerardo Barrios sede Usulután)
- CDMYPE UJMD (Universidad Dr. José Matías Delgado)
- CDMYPE UNICAES (Universidad Católica de El Salvador sede Santa Ana)
- CDMYPE UNICAES (Universidad Católica de El Salvador sede Ilobasco)
- CDMYPE UNIVO (Universidad de Oriente)
- CDMYPE UPAN (Universidad Panamericana sede San Vicente)
- CDMYPE CAYAGUANCA (Asociación de Municipios Cayaguanca sede San Ignacio)
- CDMYPE PROCOMES (Asociación de Proyectos Comunales de El Salvador)
- CDMYPE FADEMYPE (Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa)
- CDMYPE ADEL La Unión (Agencia para el Desarrollo Económico Social de La Unión)
- CDMYPE ADEL Morazán (Agencia para el Desarrollo Económico Social de Morazán)

Anexo 5. Política Nacional de Emprendimiento, contenido de Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa y otros marcos jurídicos

1) El marco de normas y leyes para la transformación productiva que hace énfasis en la competitividad, productividad, sostenibilidad y asociatividad de las MYPE, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos, apostándole a aquellos sectores estratégicos.

2) Política de Calidad, que se orienta a fortalecer el sistema salvadoreño para la calidad, para mejorar la competitividad económica, facilitar la actividad comercial, industrial y de servicios; optimizar los recursos del Estado, a partir de la promoción de una mejor coordinación y colaboración público privada, propiciando condiciones para mejorar la calidad de vida de la población.

3) Política Industrial, que tiene como objetivo ampliar y reconvertir el tejido productivo, contribuyendo al crecimiento económico del país, por tanto, define un horizonte en la generación de procesos para el desarrollo de industrias prioritarias, los emprendimientos y empresas que la Política Nacional de Emprendimiento promueva, estarán dando respuesta a las necesidades de los sectores productivos, facilitando servicios o bienes con potencial de articularse a las cadenas o eslabones de la cadena con alto valor agregado y de base tecnológica.

4) Política de Innovación, Ciencia y Tecnología, en la implementación de la Política Nacional de Emprendimiento focalizará esfuerzos por la creación de emprendimientos que tenga a su base la innovación empresarial, la cual consiste en términos generales en la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto, proceso, método de comercialización u organizativo en las prácticas internas de la empresa. La innovación que impulsa se sustenta en el conocimiento adquirido por medio de tres vías: la ciencia, la investigación. Las nuevas empresas que se crearán fortalecerán al sector productivo empresarial o privado, orientado a elevar la capacidad de generar bienes y servicios de mayor valor agregado, con responsabilidad social y ambiental y sustentado fundamentalmente en procesos resultantes de la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i); proceso que nace de estímulos a nuevos emprendimientos fundamentados en la investigación y en la incorporación de ICT en sus procesos productivos.

5) Plan de Gobierno, El Salvador Adelante, que se propone en la Estrategia 2 de Apoyo y dignificación del empleo, “Fortalecer los talentos, las capacidades y los emprendimientos productivos y de servicios locales que generen puestos de trabajo, así como las habilidades empresariales”.

Anexo 6. Presupuesto CDMYPES periodo 2014-2018

PRESUPUESTO CDMYPES 2014-2018					
INSTITUCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
USO	218,090.00	212,190.00	189,180.00	150,640.00	145,040.00
UNIVO	151,500.00	193,470.00	170,460.00	137,520.00	127,120.00
UNICAES SA	218,090.00	212,190.00	189,180.00	155,440.00	145,840.00
UNICAES ILO	237,610.00	230,910.00	206,300.00	156,240.00	145,840.00
FADEMYPE	211,940.00	213,790.00	170,460.00	139,920.00	127,120.00
PROCOMES	176,259.00	193,470.00	170,460.00	139,920.00	127,120.00
CAYAGUANCA	195,370.00	193,470.00	170,460.00	139,920.00	127,120.00
ADEL Morazán	201,770.00	193,470.00	170,460.00	139,920.00	128,720.00
ADEL La Unión	170,500.00	158,750.00	141,340.00	114,800.00	108,400.00
Utec	0.00	81,225.00	166,460.00	135,120.00	0.00
U PANAM.	0.00	75,825.00	147,740.00	121,200.00	109,200.00
UGB	195,370.00	193,470.00	170,460.00	137,520.00	127,120.00
UFG	223,690.00	213,790.00	189,180.00	156,240.00	145,840.00
UJMD	252,580.00	245,630.00	226,620.00	174,960.00	164,560.00
TOTAL	2,452,769.00	2,611,650.00	2,478,760.00	1,999,360.00	1,729,040.00

Fuente: Elaboración propia a partir de Informes de Rendición de Cuentas CONAMYPE.

Anexo 7. Consolidado de estadísticas sobre empleos.

Año	Personal No Remunerado	Personal Remunerado	Outsourcing	Personal Total Remunerado	Total Empresas	Empleos Generados	Empresas creadas
2010	22,340	525,555	15,038	540,593	19,467	3,500	1,100
2011	27,150	532,620	14,200	546,820	19,467	6,227	1,200
2012	40,831	549,601	92	549,693	25,147	2,873	1,425
2013	27,128	625,892	-	625,892	29,487	76,199	1,666
2014	27,323	633,626	902	634,528	29,533	8,636	1,672
2015	28,303	650,395	19,248	669,643	31,664	35,115	1,782
2016	27,247	661,263	77	661,340	35,214	-8,303	1,890
2017	26,928	697,139	115,080	812,219	33,284	150,879	1,981
2018	28,201	705,236	118,425	823,661	35,756	12,521	2,023
<b>Total</b>	<b>255,451</b>	<b>5,581,327</b>	<b>283,062</b>	<b>5,864,389</b>	<b>259,019</b>	<b>275,126</b>	<b>14,739</b>

Fuente: Elaboración propia a partir Registros Administrativos de Empresas DIGESTYC.





**COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: OFICINA DE INFORMACIÓN Y RESPUESTA.** San Salvador, a las trece horas diez minutos del día veintisiete de enero de dos mil veintiuno.

- En vista de la Solicitud de Acceso a la Información recibida bajo el número de referencia 09-2021, presentada por parte del ciudadano **Joaquín Ernesto Lebrón Hernández**; en la que requiere la información siguiente:

1. presupuesto anual del período 2010 a 2018 de instituciones que apoyan con programas de emprendimiento (en este caso CONAMYPE).
2. Número de emprendedores atendidos
3. Número de empresas creadas
4. Número de volumen de venta desde el año 2010 hasta el año 2018
5. Número de empleos generados por estas empresas creadas, desde el 2010 a 2018.

Nota: la información solicitada está enfocada a los emprendedores de micro y pequeña empresa del período 2010 hasta el período 2018 según temas mencionados anteriormente. En resumen la información es: las instituciones que apoyan con programas de emprendimiento ventas, empleos, emprendedores y empresas creadas desde el año 2010 al 2018.

- Que el artículo 6 letra c) de la LAIP, establece que la información pública es: aquella en poder de los entes obligados contenida en documentos, archivos, datos, bases de datos, comunicaciones y todo tipo de registros que documenten el ejercicio de sus facultades o actividades, que consten en cualquier medio, ya sea impreso, óptico o electrónico, independientemente de su fuente, fecha de elaboración, y que no sea confidencial. Dicha información podrá haber sido generada, obtenida, transformada o conservada por éstos a cualquier título.

**TRAMITACIÓN:**

- Que de conformidad al artículo 50 literales d), i), y j) de la Ley de Acceso a la Información Pública, le corresponde al Oficial de Información realizar el trámite

perinente para la entrega de la información solicitada por los particulares, y resolver respecto a las solicitudes de información que se sometan a su conocimiento; siendo el Oficial de Información el vínculo entre la Institución Pública y la persona solicitante.

- En atención a lo anterior, a través de Memorandos OIR/12/2021 y OIR/13/2021 se trasladó requerimiento al Coordinador de Territorio y al Especialista en Estadísticas y Estudios Económicos, respectivamente, ello a efecto de localizar la información y dar respuesta a la petición.
- Con relación a la información sobre el presupuesto anual del período 2010 a 2018, dicha información al ser de carácter oficiosa, se encuentra disponible para su consulta en el Portal de Transparencia a través de los enlaces siguiente:
  - Año 2010, Plan Operativo Anual 2010, páginas 40-41:  
[https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/conamype/documents/plan-operativo-anual?uff8=%E2%9C%93&a%5Bname\\_or\\_description\\_conf%5D=2010&a%5Byear\\_conf%5D=&a%5Bdocument\\_category\\_id\\_eq%5D=](https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/conamype/documents/plan-operativo-anual?uff8=%E2%9C%93&a%5Bname_or_description_conf%5D=2010&a%5Byear_conf%5D=&a%5Bdocument_category_id_eq%5D=)
  - Año 2011, Plan Operativo Anual 2011, páginas 45-46  
[https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/conamype/documents/plan-operativo-anual?uff8=%E2%9C%93&a%5Bname\\_or\\_description\\_conf%5D=2011&a%5Byear\\_conf%5D=&a%5Bdocument\\_category\\_id\\_eq%5D=](https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/conamype/documents/plan-operativo-anual?uff8=%E2%9C%93&a%5Bname_or_description_conf%5D=2011&a%5Byear_conf%5D=&a%5Bdocument_category_id_eq%5D=)
  - Años 2012-2018  
<https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/conamype/documents/presupuesto-actual>
- En cuanto al número de emprendedores atendidos, el Coordinador de Territorio a través de Memorando UCT 013/2021 ha remitido la información sobre el número de personas emprendedoras atendidas por CONAMYPE durante el período 2010-2018.
- En lo que respecta a: número de empresas creadas durante el período 2010-2018, número de volumen de venta desde el año 2010 hasta el año 2018 y número de empleos generados por estas empresas creadas desde el 2010 hasta el 2018, a través de Memorando UPP 001/2021 el Especialista en Estadísticas y Estudios

Económicos, ha informado que CONAMYPE no dispone de dicha información estadística, que para tal efecto, con relación al número de empresas formales creadas por año, puede dirigir su solicitud de información al Centro Nacional de Registros (CNR), en lo que se refiere al volumen anual de ventas de las empresas formales, su solicitud podría ser dirigida a la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), a través del Ministerio de Economía y en cuanto al número de empleos creados por año en las empresas formales, la institución competente es el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) o en su defecto la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), a través del Ministerio de Economía.

Por tanto de conformidad a los artículos 65 y 72 de la Ley de Acceso a la Información Pública, la suscrita Oficial de Información, **RESUELVE:**

- a) Dese respuesta a lo solicitado.
- b) Notifíquese a la solicitante a través del medio señalado.

  
  
Licda. Erika Mariela Miranda Ramirez  
Oficial de Información y Respuesta

Oficina de Información y Respuesta  
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

Anexo 9. Memorando UPP 001/2021 CONAMYPE



**MEMORANDO UPP 001/2021**

<b>PARA:</b> Licenciada Erika Mariela Miranda Oficial de Información y Respuesta	<b>DE:</b> Oscar Humberto López Unidad de Políticas Públicas  Oscar Humberto López Mendoza
<b>CC:</b>	
<b>ASUNTO:</b> Respuesta a requerimiento de información Solicitud 09-2021	<b>FECHA:</b> 20 de enero de 2021

URGENTE    PARA REVISAR    COMENTARIOS    RESPONDA    RESPUESTA

Estimada licenciada Miranda

Sirva la presente para remitir respuesta a solicitud de información recibida en horas de la del 14 de enero de 2021.

La información requerida es la siguiente:

- Número de empresas creadas durante el periodo 2010-2018
- Número de volumen de venta de las empresas desde el año 2010 hasta el año 2018.
- Número de empleos generados por estas empresas creadas, desde el 2010 a 2018.

La respuesta a la solicitud es a través de las siguientes observaciones:

- En CONAMYPE no se dispone de toda la información Nacional relacionada con el número de empresas, "el número de volumen" de venta, ni del número de empleos generados por las empresas.
- Para conocer las empresas informales creadas por año, hasta donde se sabe no existe ninguna entidad pública o privada que disponga de esa información.
- Para conocer el número de empresas formales creadas por año, la entidad oficial es el Registro de Comercio del CNR.
- Para conocer el volumen anual de ventas de las empresas formales, la entidad oficial es la DIGESTYC del Ministerio de Economía.
- Para conocer el número de empleos creados por año en las empresas formales, la fuente oficial es el ISSS, o en su defecto la DIGESTYC.

Atentamente.

Anexo 10. Memorando UCT 013/2021 CONAMYPE



COMISIÓN NACIONAL  
DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

**MEMORANDO UCT 013/2021**

<b>PARA:</b> Licda. Erika Mariela Miranda Oficial de Información y Respuesta	<b>DE:</b> Lic. Manuel Solís Jefe Unidad de Coordinación Territorial/ Especialista en Fortalecimiento Emprendedor Interino Ad- Honorem Manuel Alexander Solís Sanchez <small>Firmado digitalmente por Manuel Alexander Solís Sanchez Fecha: 2021.01.26 17:42:09 -06'00'</small>
<b>CC:</b>	
<b>ASUNTO:</b> Respuesta memo OIR 12 - 2021	<b>FECHA:</b> 26-01-2021

URGENTE     PARA REVISAR     COMENTARIOS     RESPONDA     RECICLAR

Saludos cordiales Licda. Miranda.

Atentamente me dirijo a usted en relación a memorando OIR 12 - 2021 con fecha del 14 de enero del 2021. Al respecto, le comparto el dato solicitado:

**NÚMERO DE PERSONAS EMPRENDEDORAS ATENDIDAS POR CONAMYPE**

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total general
400	569	352	930	1035	728	282	193	280	4,769

Sin otro particular me despido, saludos cordiales

Anexo 11. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2010

YEAR	IdFor	Departamento	Municipio	CiiuRV4	Actividad	NombreComercial	sesOpe	PONoRemu	PORemu	POTotal	TotalPagar	RV	outsourcing
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4530105	VENTA AL POR MENOR DE RI LUBRICENTRO MAGAÑA		12	1	6	7	8	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4510004	VENTA AL POR MENOR DE V DOLPHINS IMPORTCAR		12	1	0	1	8	3	0
2010	9	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	127101	CULTIVO DE CAFÉ HAYDEE MAGAÑA DE FORTIN		12	1	5	6	20	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4630120	TIENDA MAYORISTA (PREDO TIENDA MERY		12	1	3	4	15	3	0
2010	11	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4630114	VENTA AL POR MAYOR DE PF PANADERIA SAN FRANCISCC		0	1	0	1	5	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4789307	BAZAR AL POR MENOR SUPER TIENDA VICTORIA		12	1	0	1	8	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PI AGROSERVICIO Y TRANSPORT		12	1	3	4	15	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4530106	VENTA AL POR MENOR DE LL CENTRO DE SERVICIOS RACIN		12	2	2	4	15	3	0
2010	3	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	7110201	CONSULTORÍA, ASESORÍA TÉSSIEM , S.A DE C.V.		12	2	3	5	8	3	0
2010	6	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4921101	TRANSPORTE DE PASAJEROS SOCIEDAD DE EMPRESARIOS		12	2	3	5	8	3	0
2010	2	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4751001	VENTA AL POR MENOR DE TE TIENDA "ELIZABETH"		12	0	4	4	8	3	0
2010	3	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4520101	REPARACIÓN MECÁNICA AU AUTOMOTRIZ CALDERON		12	1	6	7	8	3	0
2010	11	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	4921201	TRANSPORTE DE PASAJEROS TRANSPORTES RAPIDOS DE		12	1	12	13	5	3	0
2010	9	AHUACHAPÁN	AHUACHAPÁN	146008	CRÍA DE AVES CRIOLLAS: GAI AVICOLA LAS ILUSIONES, S.A		12	2	5	7	20	3	0
2010	3	CHALATENANGO	SAN RAFAEL	4520601	REPARACIÓN DE LLANTAS DI LUBRICENTRO EL MORRITO		12	4	0	4	15	3	0
2010	2	CHALATENANGC	SAN RAFAEL	4630203	VENTA AL POR MAYOR DE A AGUA DELCAMPO		12	4	0	4	10	3	0
2010	5	CHALATENANGO	SAN RAFAEL	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÉCOINSA, S.A. DE C.V.		12	2	4	6	10	3	0
2010	3	CHALATENANGC	TEJUTLA	8690101	LABORATORIO CLÍNICO DE A LABORATORIO CLINICO KON		12	1	1	2	8	3	0
2010	2	CHALATENANGO	TEJUTLA	4789502	VENTA AL POR MENOR DE AI SUMINISTROS DEL NORTE		12	1	0	1	10	3	0
2010	2	CHALATENANGC	TEJUTLA	4630120	TIENDA MAYORISTA (PREDO SUPER TIENDA LA BENDICIC		12	1	8	9	10	3	0
2010	2	CHALATENANGO	TEJUTLA	4630111	VENTA AL POR MAYOR DE PF SOC. COOP. GANADERA DE L		12	0	4	4	10	3	0
2010	2	CHALATENANGC	TEJUTLA	4752201	FERRETERÍA AL POR MENOR COMERCIOS Y FERRETERIA		12	0	27	27	20	3	0
2010	2	CHALATENANGO	TEJUTLA	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PI AGROCOMERCIAL 2000		12	1	4	5	20	3	0
2010	2	CHALATENANGC	TEJUTLA	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PR TIENDA RONNIE		12	4	2	6	8	3	0
2010	2	CHALATENANGO	TEJUTLA	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PI AGROSERVICIO EL SEMBRADI		12	0	3	3	8	3	0
2010	5	CHALATENANGC	TEJUTLA	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÉ CONSTRUYON		12	0	12	12	20	3	0
2010	2	CHALATENANGO	TEJUTLA	4752201	FERRETERÍA AL POR MENOR IMPORTADORA AMAYO		12	2	9	11	10	3	0
2010	2	CHALATENANGC	TEJUTLA	4530203	VENTA AL POR MENOR DE RI REPUESTOS GUARDADO		12	0	3	3	15	3	0
2010	1	CHALATENANGO	TEJUTLA	2710001	FABRICACIÓN DE MOTORES, CONA SOLAR CENTROAMERI		12	3	3	6	15	3	0
							29	40	132	172	340		-

## Anexo 12. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2011

2011	2	USULUTÁN	SANTA MARÍA	4630119	SUPERMERCADO MAYORISTA (IDESPENSA EL ANGEL	0	2	2	0
2011	2	USULUTÁN	SANTA MARÍA	4730001	VENTA AL POR MENOR DE COMESTACION DE SERVICIO SANTA F	2	0	2	0
2011	2	SAN MIGUEL	ULUAZAPA	4730001	VENTA AL POR MENOR DE COMGASOLINERA ESTRELLA DE ORI	0	15	15	0
2011	5	SAN MIGUEL	ULUAZAPA	4321002	INSTALACIONES ELÉCTRICAS P/DIVERSIDAD DE PRODUCTOS Y S	5	0	5	0
2011	11	LA LIBERTAD	TEPECOYO	127101	CULTIVO DE CAFÉ QUOTA S.A. DE C.V.	2	0	2	0
2011	3	LA LIBERTAD	TEPECOYO	6499001	INVERSIONISTAS FINANCIEROS BENEFICIO SAN ANTONIO	0	3	3	0
2011	2	LA LIBERTAD	TEPECOYO	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMITIENDA ROSIBEL	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4630105	VENTA AL POR MAYOR DE PROVENTA DE POLLOS MARLA	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4761001	LIBRERÍA Y PAPELERÍA AL POR LIBRERIA Y VARIEDADES ADY	0	8	8	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4530103	VENTA AL POR MAYOR DE LLA/VENTA DE LLANTAS MERINO	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4789307	BAZAR AL POR MENOR BAZAR RUTH	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PRO AGRO PRIMO Y FERRETERIA	1	17	18	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4771201	VENTA AL POR MENOR DE CALZCALZADO MARIARA SPORT	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4752201	FERRETERÍA AL POR MENOR FERRETERIA EL PRIMO	1	1	2	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4530105	VENTA AL POR MENOR DE REPIAUTO REPUESTOS GUZMAN	1	2	3	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4772101	VENTA AL POR MENOR DE MED FARMACIA JERUSALEN	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4789307	BAZAR AL POR MENOR FRANCIANY VARIEDADES	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4789501	VENTA AL POR MENOR DE ELEC COMERCIAL LA ECONOMIA	2	0	2	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMITIENDA IVANIA	1	0	1	0
2011	11	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4772101	VENTA AL POR MENOR DE MED FARMACIA SANTA FE	1	0	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMITIENDA SANTA LUCIA	1	2	3	0
2011	1	LA PAZ	ZACATECOLUCA	2395001	FABRICACIÓN DE LADRILLO DE FABRICA DE BLOQUES Y LADRILL	1	22	23	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4752201	FERRETERÍA AL POR MENOR AGROFERRETERIA SAN ANTONIO	0	8	8	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4772101	VENTA AL POR MENOR DE MED FARMACIA SAN ANTONIO	0	2	2	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMIDEPOSITO LOURDES	1	3	4	0
2011	3	LA PAZ	ZACATECOLUCA	6419002	OTRAS ENTIDADES DE INTERMECAJA DE CREDITO DE SANTIAGO	0	35	35	0
2011	3	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4520101	REPARACIÓN MECÁNICA AUTOTALLER EL PINCHAZO	1	0	1	0
2011	10	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PRO AGROSERVICIO BUJAJIDA	1	3	4	0
2011	3	LA PAZ	ZACATECOLUCA	5610017	RESTAURANTES COMEDOR Y CAFETERIA TRIDIM	1	6	7	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4730001	VENTA AL POR MENOR DE COMESTACION DE SERVICIO TEXACO	0	1	1	0
2011	2	LA PAZ	ZACATECOLUCA	4530203	VENTA AL POR MENOR DE REPIIMPORTACION DE VEHICULOS U	1	0	1	0

Anexo 13. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2012

## DIRECTORIO DE EMPRESAS 2012 (con variables)

	Departamento	Municipio	CIURV4	Actividad	Personal Remunerado	Personal No Remunerado	Outsourcing	Personal Total Remunerado
1	LA LIBERTAD	CIUDAD ARCE	1410801	MAQUILADO DE PRENDAS DE VESTIR, ACCESO	2,308	0	0	2,308
2	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4759201	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS PLÁSTIC	30	0	0	30
3	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6920002	AUDITORIA Y CONSULTORÍA (EN CONTABILIDA	4	3	0	7
4	SONSONATE	SONSONATE	8292102	ENVASADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	26	14	0	40
5	SANTA ANA	SANTA ANA	6810901	ARRENDAMIENTO Y VENTA DE INMUEBLES	0	1	0	1
6	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓN Y REFORMA DE	9	0	0	9
7	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6202001	SERVICIOS DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA EN P	0	2	0	2
8	SANTA ANA	SANTA ANA	127101	CULTIVO DE CAFÉ	0	2	0	2
9	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6810901	ARRENDAMIENTO Y VENTA DE INMUEBLES	3	1	0	4
10	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7810001	AGENCIAS DE EMPLEO (CONTRATACIÓN DE PE	5	1	0	6
11	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4663101	VENTA AL POR MAYOR DE PUERTAS, VENTANA	3	0	0	3
25016	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7110201	CONSULTORÍA, ASESORÍA TÉCNICA Y DIRECCIÓ	1	0	0	1
25017	LA LIBERTAD	ANTIGUO CUSCATLAN	8020102	MONITOREO DE SISTEMAS DE SEGURIDAD (AL	2	6	0	8
25018	LA UNION	EL CARMEN	5320001	AGENCIA PRIVADA DE CORREO Y ENCOMIEND	2	0	0	2
25019	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7020002	SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN G	2	0	0	2
25020	SONSONATE	SONSONATE	7020003	SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN G	10	0	0	10
25021	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	2599202	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS Y UTENSILIOS DE	0	11	0	11
25133	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4530203	VENTA AL POR MENOR DE REPUESTOS USADO	0	6	0	6
25134	SANTA ANA	METAPAN	5610017	RESTAURANTES	2	2	0	4
25135	SAN SALVADOR	SAN MARTIN	4321002	INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA: SISTEMAS	2	6	0	8
25136	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7020004	SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONSULTORÍA EN C	0	2	0	2
25137	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓN Y REFORMA DE	2	0	0	2
25138	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	3830202	RECICLAJE DE PRODUCTOS PLÁSTICO	0	21	0	21
25139	SONSONATE	SONSONATE	4752201	Ferretería al por menor	2	0	0	2
25140	SANTA ANA	CHALCHUAPA	6492005	Asociaciones cooperativas de ahorro y crédito	0	43	0	43
25141	LA UNION	ANAMOROS	4773207	Venta al por menor de productos de agroserv	1	0	0	1
25142	SAN SALVADOR	MEJICANOS	1430201	Fabricación de ropa interior de tejido de punt	1	3	0	4
25143	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4711201	Venta de artículos de primera necesidad (Tier	1	0	0	1
25144	SAN SALVADOR	MEJICANOS	8690101	Laboratorio clínico de análisis y diagnóstico	1	0	0	1
25145	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4781101	Venta al por menor de frutas	0	8	0	8
25146	LA UNION	LA UNION	4100101	Construcción, ampliación y reforma de edifici	1	0	0	1
25147	SONSONATE	ACAJUTLA	4711201	Venta de artículos de primera necesidad (Tier	1	5	0	6
					549,601	40,831	92	605,499



Anexo 14. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2013

DIRECTORIO DE EMPRESAS 2013 (Con todas las variables)							
Correlati	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	PONoRem	PORem	POTotal
153	AHUACHAPAN	ATIQUIZAYA	4719001	ALMACENES (VENTA DE DIVERSOS ARTÍCULOS)	2	0	2
154	SANTA ANA	SAN SEBASTIAN SALITRILLO	1410301	FABRICACIÓN DE CAMISAS (CAMISERÍA)	0	21	21
155	SANTA ANA	COATEPEQUE	4759301	VENTA AL POR MENOR DE APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS, REPUES	0	9	9
156	SANTA ANA	COATEPEQUE	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE AGROSERVICIOS	1	3	4
157	AHUACHAPAN	ATIQUIZAYA	7110101	DISEÑO ARQUITECTÓNICO, PLANIFICACIÓN URBANA, ARQUITECTURA	1	0	1
158	AHUACHAPAN	ATIQUIZAYA	4721901	VENTA AL POR MENOR DE GRANOS BÁSICOS Y OTROS.	1	0	1
159	AHUACHAPAN	ATIQUIZAYA	4789502	VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA Y CONSTRUCCION	1	0	1
160	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4722201	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS (EXPENDIOS)	1	2	3
2945	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4659503	Venta al por mayor de instrumentos y dispositivos ortopédicos y qui	0	1	1
2946	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	2013001	FABRICACIÓN DE PLÁSTICO EN FORMA PRIMARIA, INCLUSO POLÍMER	0	142	142
2947	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5610017	Restaurantes	1	3	4
2948	LA LIBERTAD	CIUDAD ARCE	1104301	Fabricación de bebidas refrescantes	0	334	334
4550	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	0	49	49
5582	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	5630202	VENTA DE BEBIDAS: REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS, JUGOS DE FRUTA	2	0	2
6022	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	0	16	16
6095	SONSONATE	SANTO DOMINGO	8292102	ENVASADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	0	27	27
7555	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	2	7	9
8720	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4630204	Venta al por mayor de refrescos y otras bebidas, líquidas o en polvo	2	0	2
8831	LA LIBERTAD	ZARAGOZA	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	1	0	1
9518	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4630204	VENTA AL POR MAYOR DE REFRESCOS Y OTRAS BEBIDAS, LÍQUIDAS O	2	5	7
9788	SAN SALVADOR	PANCHIMALCO	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	0	93	93
10323	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	1104301	Fabricación de bebidas refrescantes	1	0	1
22198	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	5630202	Venta de bebidas: refrescos, aguas gaseosas, jugos de frutas, agua, e	0	2	2
22350	SANTA ANA	SANTA ANA	8292102	Envasado de bebidas alcohólicas	0	2	2
22690	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	5630202	Venta de bebidas: refrescos, aguas gaseosas, jugos de frutas, agua, e	2	0	2
22694	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	1104301	Fabricación de bebidas refrescantes	4	0	4
23142	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4630204	Venta al por mayor de refrescos y otras bebidas, líquidas o en polvo	0	2	2
23567	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	5630202	Venta de bebidas: refrescos, aguas gaseosas, jugos de frutas, agua, e	0	179	179
23812	LA PAZ	OLOCUILTA	5630202	VENTA DE BEBIDAS: REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS, JUGOS DE FRUTA	0	10	10
24168	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	5630202	VENTA DE BEBIDAS: REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS, JUGOS DE FRUTA	1	15	16
25732	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	2	5	7
26585	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	8292102	ENVASADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1	0	1
26872	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4630204	VENTA AL POR MAYOR DE REFRESCOS Y OTRAS BEBIDAS, LÍQUIDAS O	1	0	1
27226	LA UNION	LA UNION	5630202	VENTA DE BEBIDAS: REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS, JUGOS DE FRUTA	0	1	1
27347	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4630204	VENTA AL POR MAYOR DE REFRESCOS Y OTRAS BEBIDAS, LÍQUIDAS O	1	0	1
28720	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	1104301	FABRICACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES	0	306	320
29487	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	1104301	Fabricación de bebidas refrescantes	0	5	5

Anexo 15. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2014

REGISTRO ADMINISTRATIVO DE EMPRESAS AÑO 2014												
Correlativo	IdFormulario	Departamento	Municipio	Ciudad	Actividad	NombreComercial	PONoRemu	PORemu	POTotal	outsourcing	PersonalM	PersonalF
1	3	SAN SALVADOR	SAN MARCO	6810901	Arrendamiento y venta de in	ELECTRONIC EQUIPMENT,	0	5	5	0	5	0
2	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIM	DINAS TIENDA	3	9	12	0	6	6
3	6	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4921102	TRANSPORTE DE PASAJEROS I	TRANSPORTES AHUACHA	0	13	13	0	12	1
4	2	AHUACHAPAN	TACUBA	4510004	Venta al por menor de vehicu	VENTA DE VEHICULOS AU	1	0	1	0	1	0
5	10	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4620104	VENTA AL POR MAYOR DE CAI	ADIEL, S.A. DE C. V.	0	4	4	0	3	1
6	3	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	8690101	LABORATORIO CLÍNICO DE AN	LABORATORIO CLINICO M	0	1	1	0	0	1
7	3	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	6020201	TELEVISIÓN VÍA CABLE (POR	SASTROVISION	2	0	2	0	1	1
8	11	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	8620201	Clínicas de odontología gene	CLINICA DENTAL	1	0	1	0	0	1
9	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4789501	VENTA AL POR MENOR DE ELE	CASA " NASSER HASFURA'	2	0	2	0	1	1
10	2	SANTA ANA	COATEPEQUI	4530101	VENTA AL POR MAYOR DE REF	AUTOSERVICIO CHICO	0	4	4	0	2	2
11	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4641601	VENTA AL POR MAYOR DE CAI	IMPROEX	0	3	3	0	2	1
12	5	SAN SALVADOR	SAN MARCO	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓ	OPCIONES CONSTRUCTIVA	0	9	9	0	7	2
13	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPA	4772101	VENTA AL POR MENOR DE ME	FARMACIA CENTRAL	0	2	2	0	2	0
29518	9	USulután	ESTANZUELA	114001	Cultivo de caña de azúcar	AGRICOLA DEL SUR	0	115	115	0	100	15
29519	10	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE	8620101	CLÍNICAS DE MEDICINA GENE	INVERSIONES CARO, S.A. I	2	0	2	0	1	1
29520	1	LA PAZ	MERCEDES L	2220102	FABRICACIÓN DE ENVASES PL	AMCOR RIGID PLASTICS (	0	40	51	11	42	9
29521	10	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE	7110201	CONSULTORÍA, ASESORÍA T	ECOMAR ANTONIO MEDINA	1	0	1	0	1	0
29522	3	SAN SALVADOR	GUAZAPA	7490001	Asesoría y consultoría del me	OFICMA, S.A DE C.V.	1	0	1	0	1	0
29523	11	SONSONATE	SANTO DOM	4530108	Venta de partes, piezas y acc	AUTO ACCESORIOS Y REPL	0	1	1	0	1	0
29524	2	LA LIBERTAD	SANTA TECL	4690005	Venta al por mayor de artícu	DISTRIBUIDORA APS EL SA	0	13	13	0	6	7
29525	2	LA LIBERTAD	SANTA TECL	4620116	Venta al por mayor de alimer	ALL TECHNOLOGY DE EL	0	2	2	0	1	1
29526	10	SANTA ANA	SAN SEBASTI	4741201	VENTA AL POR MENOR DE EQ	COINSAL INSTALACIONES	2	4	6	0	4	2
29527	11	SAN SALVADOR	EL PAISNAL	8129004	Actividades de exterminio y c	BYRON OTONIEL REYES LEI	0	2	2	0	0	2
29528	11	SAN MIGUEL	CAROLINA	4630132	Venta al por mayor de sorbet	MARCO TULLIO ARGUETA F	1	2	3	0	1	2
29529	10	SAN MIGUEL	CAROLINA	5610017	Restaurantes	EL FORASTERO, S.A. DE C.	2	5	7	0	3	4
29530	10	SONSONATE	IZALCO	4772101	Venta al por menor de medic	FARMACIA CENTRO VITAN	1	0	1	0	1	0
29531	3	SAN SALVADOR	TONACATEPI	8010001	AGENCIAS DE SEGURIDAD: VI	SERVICIOS COMERCIALES	0	65	65	0	47	18
29532	10	SAN SALVADOR	TONACATEPI	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓ	ARI, S.A. DE C.V.	2	2	4	0	2	2
29533	11	CHALATENANGO	CITALA	1080001	Fabricación de alimentos par	AGROINDUSTRIAS CASALI	3	4	7	0	3	4
							27,323	633,626	692,361	902	368,444	221,750

## Anexo 16. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2015

1	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	1080001	Fabricación de alimentos para gar	AGRO INDUSTRIAS EL TORO	2	7	9	8	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	9602001	Tratamientos de belleza (salones	CATALINA ESTILISTA	1	0	3	1	2
10	MORAZAN	MEANGUERA	4663202	Venta al por mayor de artículos d	FERRETERIA Y TRANSPORTES DOMING	1	0	1	1	0
3	MORAZAN	OSICALA	7020003	Servicios de asesoría y consultoría	OSCAR ARMANDO CHICAS RODRIGUEZ	1	0	2	1	1
6	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4923201	Transporte de carga dentro del t	ALQUILER DE MAQUINARIA Y TRANSP	1	1	4	4	0
5	MORAZAN	JOCOAITIQUE	4100101	Construcción, ampliación y reform	CONSTRUCTORA R & M, S. A. DE C. V.	2	0	2	2	0
10	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4923201	Transporte de carga dentro del t	TRANSPORTES "DEL CID"	1	1	3	3	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8620101	Clínicas de medicina general	WALTER EDUARDO SANCHEZ VIDES	1	0	1	1	0
2	MORAZAN	SAN FERNANDO	4641601	Venta al por mayor de calzado de	SUPER CALZADO EMPERATRIZ	1	0	1	0	1
10	MORAZAN	SAN FERNANDO	7500002	Clínica veterinaria y otros servic	CLINICA VETERINARIA Y PELUQUERIA	2	0	2	2	0
3	MORAZAN	JOATECA	6810903	Arrendamiento o alquiler de apar	LA TRILLA SA DE CV	2	0	2	1	1
11	MORAZAN	SAN FERNANDO	322003	Reproducción de peces de agua d	ALEVINES DE ORIENTE, S.A. DE C.V.	0	2	2	1	1
2	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	4510004	Venta al por menor de vehículos	CHAVEZ GRANADOS IMPORTACION	0	5	5	4	1
11	LA UNION	LA UNION	4772101	Venta al por menor de medicame	SOFARMA, S.A. DE C.V.	1	0	1	1	0
6	LA UNION	SANTA ROSA DE LIM	4921201	Transporte de pasajeros inter dep	TRANSPORTES YESENIA ESMERALDA	0	14	14	14	0
2	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4630111	Venta al por mayor de productos	MANUEL ANTONIO HERNANDEZ	1	0	1	1	0
10	LA UNION	CONCEPCION DE ORI	5610017	Restaurants	RANCHO BLANQUITA	0	3	3	1	2
2	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4752201	Ferretería al por menor	AGROFERRETERIA SAN ANTONIO	2	2	4	3	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4510004	Venta al por menor de vehículos	SANTOS ISAAC CONTRERAS RUBIO	1	0	1	1	0
6	SAN SALVADOR	APOPA	4922902	Transporte de pasajeros para exci	TRANSPORTES CARBAJAL ARIAS	0	4	4	3	1
2	LA UNION	EL CARMEN	4782601	Venta al por menor de calzado	ALMACENES VARIEDADES SAN JUAN	0	9	9	3	6
2	SAN MIGUEL	CHINAMECA	4630205	Venta al por mayor de cerveza	DISTRIBUIDORA SEGOVI'S	0	1	1	1	0
11	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	8620101	Clínicas de medicina general	GILBERTO ANTONIO PAZ FLORES	1	0	1	1	0
6	LA UNION	INTIPUCA	4921102	Transporte de pasajeros interurb	TRANSPORTES SCALU DE R.L	0	2	2	2	0
3	LA UNION	INTIPUCA	6492007	Instituciones de créditos ncp	MR. PRESTAMO	1	0	1	1	0
10	LA UNION	INTIPUCA	4510005	Venta al por menor de vehículos	IMPORTACIONES ANDRADE	0	2	2	2	0
3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7020002	Servicios de asesoría y consultoría	JOSE AGUSTIN MARTINEZ MORALES	0	0	1	1	0
1	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	1811001	Imprentas	IMPRENTA EL AGUILA	2	5	7	5	2
11	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	7020001	Servicios de consultoría y auditor	SEPROMED SA DE CV	1	0	1	1	0
2	LA LIBERTAD	CIUDAD ARCE	4510004	Venta al por menor de vehículos	LORENA MULTISERVICIOS	0	3	3	1	2
10	LA UNION	PASAJUINA	4630102	Venta al por mayor de hortalizas	(VENTA DE FRUTAS Y VERDURAS	2	0	2	2	0
2	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4510004	Venta al por menor de vehículos	AUTOLOTE MOLINA	1	2	3	3	0
2	LA UNION	INTIPUCA	4772101	Venta al por menor de medicame	FARMACIA CRISTO REY	2	0	2	2	0
2	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4721902	Venta al por menor de harinas, le	AGENCIA COMERCIAL SAN JOSE	2	0	2	1	1
1	SAN SALVADOR	GUAZAPA	1410306	Fabricación de uniformes	CM CONFECCIONES MELGAR	0	4	4	2	2
2	LA UNION	SANTA ROSA DE LIM	4730001	Venta al por menor de combustib	GASOLINERA UNO SANTA ROSA	1	7	10	9	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4721402	Venta al por menor de productos	LACTEOS LIMEÑO.	0	6	7	2	5
5	LA UNION	SANTA ROSA DE LIM	4100101	Construcción, ampliación y reform	ARANIVA CONSTRUCTORA S.A. DE C.V	0	3	3	2	1
11	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4721402	Venta al por menor de productos	LACTEOS SANDRITA	1	4	6	1	5
3	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	5510001	Hoteles	AUTO HOTEL ALOHA	1	0	1	1	0
10	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	6810904	Arrendamiento o alquiler de edifi	CLIMESAN	1	0	1	1	0
2	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	4772101	Venta al por menor de medicame	FARMACIA SAN ANTONIO	1	0	1	1	0
2	LA UNION	YUCUAIQUIN	4730001	Venta al por menor de combustib	ESTACION DE SERVICIO BOSTON GAS	1	6	7	6	1
2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4649101	Venta al por mayor de productos	DRIGUERIA WEGERICH	0	20	20	5	15
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4620113	Venta al por mayor de plantas y o	ALMACEN TAIWAN	0	5	7	0	3
1	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	3290401	Fabricación de velas, cirios y otro	VELAS MAGICAS ANGELLUZ	0	0	0	0	0
1	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	3314003	Reparación y mantenimiento de l	AGM EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	21	0	21	20	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4649904	Venta al por mayor de artículos y	XUE LIU JUN	1	0	1	1	0
3	SAN MIGUEL	SAN LUIS DE LA REIN.	5610017	Restaurants	RESTAURANTE LUCKY DRAGON	1	13	15	6	9
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4210001	Construcción y reparación de carr	COPISA CONSTRUCTORA PIRENAICA, S	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7110201	Consultoría, asesoría técnica y dir	VIELCA INGENIEROS	0	0	2	2	0
10	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8620201	Clínicas de odontología general	CLINICAS HASBUN	0	4	4	2	2
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4641601	Venta al por mayor de calzado de	ASTAR STORE	0	1	3	2	1
11	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	1520101	Fabricación de calzado de cuero n	DAISY ELIZABETH CRUZ	0	2	2	2	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4510004	Venta al por menor de vehículos	COMASA DE EL SALVADOR, S.A DE C.V	0	1	6	3	3
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4630201	Venta al por mayor de abarrotes	(CORCHOS SA DE CV	0	16	16	8	8
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7020009	Servicios de asesoría y consultoría	ION LIFE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7120001	Ensayos y análisis de todo tipo de	SGS CENTRAL AMERICA, S. A.	0	1	1	1	0
11	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	4669701	Venta al por mayor de materias y	LUIS ENRIQUE ALFREDO SANDOVAL CA	0	2	2	1	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4711101	Supermercados y almacenes surti	HIPER, S.A. DE C.V.	1	0	1	1	0
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4690005	Venta al por mayor de artículos di	PROPALSA	0	3	3	2	1
2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4641601	Venta al por mayor de calzado de	COSMO MODA EL SALVADOR	0	4	4	1	3
11	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	7110101	Diseño arquitectónico, planificaci	T.N.M. LIMITADA, SUCURSAL EL SALVA	1	0	1	1	0
10	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5224001	Carga y descarga de mercancías y	INTERNACIONAL MASTER GROUP EL SA	0	1	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7730005	Alquiler de maquinaria y equipo	ARRENDADORA INTERNACIONAL, S. A	0	1	1	1	0
2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4659801	Venta al por mayor de maquinaria	RESANSIL	0	4	4	4	0
4	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	3510302	Comercialización e intermediació	REDCA EL SALVADOR	0	2	2	2	0
3	SONSONATE	JUAYUA	5510001	Hoteles	HOSTAL CASA MAZETA	0	3	3	2	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7020004	Servicios de asesoría y consultoría	INTEGRAL WOMEN	0	1	2	0	2
11	LA PAZ	SAN JUAN NONUALC	4690005	Venta al por mayor de artículos di	ENLACE COMERCIAL	0	50	50	25	25
3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	5610006	Cafetería	ISHI CHA	0	2	3	1	2
						28,303	650,395	714,158	19,248	6,949

Anexo 17. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2016

## REGISTRO ADMINISTRATIVO DE SOLVENCIAS 2016

Correlativo	Formulari	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	NombreComercial	PONoRemu	PORemu	POTotal	outsourcing	PersonalM	PersonalF
1	11	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4620104	VENTA AL POR MAYOR DE CAI	ADIEL, S. A. DE C. V.	1	4	5	0	2	3
2	3	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	8690101	LABORATORIO CLÍNICO DE AN	LABORATORIO CLINICO MED	0	4	5	1	3	2
3	3	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	8620201	Clínicas de odontología gener	CLINICA DENTAL	0	1	1	0	1	0
4	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4711201	VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIN	DINAS TIENDA	2	12	14	0	7	7
5	6	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4921102	TRANSPORTE DE PASAJEROS I	TRANSPORTES AHUACHAPAN	0	15	15	0	14	1
6	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4772101	VENTA AL POR MENOR DE ME	FARMACIA CENTRAL	2	2	5	1	3	2
7	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4759301	VENTA AL POR MENOR DE AP	COMERCIAL ADELAYDA CRIS	3	4	8	1	4	4
8	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4752201	FERRETERÍA AL POR MENOR	FERRETERIA LA CORONITA	1	3	4	0	3	1
9	3	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	8610004	HOSPITALES PRIVADOS	CENTRO CLINICO HOSPITAL	0	36	36	0	6	30
10	2	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	4752901	VENTA AL POR MENOR DE EST	INDUSTRIAS STANLEY	1	13	14	0	10	4
35195	2	USULUTAN	USULUTAN	4789307	BAZAR AL POR MENOR	VARIETADES " MARINITA "	2	0	2	0	0	0
35196	2	USULUTAN	USULUTAN	4772101	VENTA AL POR MENOR DE ME	NATU FARMA	2	1	3	0	0	0
35197	2	USULUTAN	USULUTAN	4649408	BAZAR DE ARTÍCULOS DIVERS	VARIETADES " LUISITO "	2	1	3	0	0	0
35198	3	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLA	9311001	EXPLOTACIÓN DE ESTADIOS Y	FUTECA	0	3	21	18	14	7
35199	2	CABAÑAS	JUTIAPA	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PRI	AGROPECUARIA RUDACON	3	0	3	0	2	1
35200	11	LA LIBERTAD	ANTIGUO CUSCATI	114001	CULTIVO DE CAÑA DE AZÚCA	AGROUNION, S. A DE C. V.	1	0	1	0		
35201	2	MORAZAN	YAMABAL	4789502	Venta al por menor de artícu	FERRETERIA PRUDENCIO	0	1	1	0	1	0
35202	2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4610004	Actividades de importación	BURO DE CENTROAMERICA,	0	26	39	13	6	33
35203	3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	6499001	INVERSIONISTAS FINANCIER	CAS HOLDING, S. A DE C. V.	1	0	1	0	1	0
35204	3	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	8690101	LABORATORIO CLÍNICO DE AN	LABORATORIO CLINICO CITC	0	1	1	0	0	1
35205	2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4530103	Venta al por mayor de llanta	IFT, S. A. DE C. V.	6	0	7	1	7	0
35206	3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	8129003	OTRAS ACTIVIDADES DE LIMP	INTER SYSTEMS H.C.S. A DE C	1	0	1	0	1	0
35207	6	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4923201	TRANSPORTE DE CARGA DEN	LEGIONARIO, S.A. DE C.V.	1	0	9	8	9	0
35208	3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	5610006	Cafetería	LUV CAKE	0	1	1	0	0	1
35209	5	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4100101	CONSTRUCCIÓN, AMPLIACIÓ	DOBLE INVERSION, S. A DE	0	5	14	9	11	3
35210	11	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7500002	CLÍNICA VETERINARIA Y OTRO	VETERINARIA SANTA TERESA	1	0	1	0	0	0
35211	11	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7110201	Consultoría, asesoría técnica	B-PRO INNOVACIONES, S.A	1	0	1	0	1	0
35212	3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7810001	AGENCIAS DE EMPLEO (CONT	PERSONAL DINAMICO	2	0	30	28	21	9
35213	2	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4630203	VENTA AL POR MAYOR DE AG	ECOPURA S. A. DE C. V.	0	7	7	0	5	2
35214	3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	8690101	LABORATORIO CLÍNICO DE AN	T C M, S. A. DE C. V.	0	3	3	0	1	2
							27,247	661,263	788,558	77	451,131	272,481

Anexo 18. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2017

REGISTRO ADMINISTRATIVO DE EMPRESAS 2017											
Correlativo	Departamento	Municipio	CiuRV4	Actividad	NombreComercial	PONoRemu	PORemu	POTotal	outsourcing	PersonalM	PersonalF
1	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4772101	Venta al por menor de medicam	FARMACIA SAN ANTONIO	1	3	4	0	2	2
2	LA UNION	LA UNION	4782601	VENTA AL POR MENOR DE CALZA	CALZADO ROSITA	1	0	1	0	0	1
3	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4649408	Bazar de artículos diversos	BAZAR LOS GEMELOS	0	5	5	0	2	3
4	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4510004	VENTA AL POR MENOR DE VEHÍC	IMPORTADORA MENDOZA MIR	0	5	5	0	4	1
5	LA UNION	LA UNION	4782601	VENTA AL POR MENOR DE CALZA	CALZADO Y FERRETERIA MARYL	1	5	6	0	5	1
6	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	1071201	FABRICACIÓN DE PAN Y GALLETA	PASTELERIA FRANCESA	0	80	80	0	25	55
7	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4510004	Venta al por menor de vehículos	VENTA E IMPORTACION DE AUT	1	1	3	1	2	1
8	LA UNION	LA UNION	4789307	BAZAR AL POR MENOR	TIENDA LOLITA	1	0	1	0	0	1
9	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	4773207	VENTA AL POR MENOR DE PROD	AGROSERVICIO JOSUE	2	3	5	0	3	2
10	SANTA ANA	COATEPEQUE	1312001	FABRICACIÓN DE TELAS	PETTENATI CENTRO AMERICA ,	0	642	648	6	514	134
11	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	9602001	Tratamientos de belleza (salone	CAPRICCE BEAUTY STUDIO & SP	2	2	4	0	1	3
12	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	5610017	Restaurantes	RESTAURANTE LUCKY DRAGON	0	15	16	1	8	8
13	LA LIBERTAD	COLON	4659701	Venta al por mayor de maquina	ZHENWEI XU	1	0	1	0	1	0
14	SONSONATE	IZALCO	7110301	Actividades de agrimensura, to	P & P TOPOGRAFIA	1	0	1	0	1	0
15	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	1811002	IMPRESIÓN DE ANUNCIOS PUBL	MOTIVATED FREELANCER	0	0	0	0	0	0
16	LA LIBERTAD	COLON	4530101	VENTA AL POR MAYOR DE REPU	GRUPO GATUN INTERNACIONA	0	5	14	9	13	1
33266	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7020004	Servicios de asesoría y consult	INSYSE, S.A. DE C.V.	1	0	1	0	1	0
33267	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7730003	ALQUILER DE EQUIPO DE INFORM	EXPRESSO BIBLIOGRAFICO TECI	0	1	1	0	0	1
33268	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6499001	Inversionistas financieros (accio	CUMBRES DEL TALAPO	2	0	2	0	2	0
33269	LA LIBERTAD	ANTIGUO CUSCAT	6611001	BOLSA DE VALORES	ACCIONES Y VALORES, S. A. DE	1	0	1	0	1	0
33270	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	1410401	SASTRERÍA (CONFECCIÓN DE TR	SASTRERIA FLORES	0	13	13	0	8	5
33271	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4762001	VENTA AL POR MENOR DE DISCC	JAZMIN	1	0	1	0	1	0
33272	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7020002	SERVICIOS DE ASESORÍA Y CONS	MARQUI, S, A DE C. V.	1	0	1	0	1	0
33273	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	8010001	AGENCIAS DE SEGURIDAD: VIGIL	COSAINAPS	2	12	14	0	11	3
33274	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4651001	Venta al por mayor de equipo (c	INNOVACION SALVADOREÑA, S	0	1	1	0	1	0
33275	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	8620101	Clínicas de medicina general	INTERSALUD,S.A DE C.V.	4	0	4	0	2	2
33276	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7490003	OTROS SERVICIOS DE ASESORÍA	DECI, S. A DE C. V.	0	8	8	0	3	5
33277	SANTA ANA	SANTA ANA	4741101	VENTA AL POR MENOR DE COMF	MI PC, S. A. DE C. V.	0	3	3	0	2	1
33278	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4649101	Venta al por mayor de producto	COMPAÑIA BRISTOL MYERS SQI	1	0	1	0	1	0
33279	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	6499001	Inversionistas financieros (accio	INVERSIONES DIVERSAS Y VALC	0	2	2	0	0	2
33280	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	4100101	Construcción, ampliación y refor	RADIX,S.A DE C.V.	1	1	2	0	2	0
33281	SAN SALVADOR	ILOPANGO	5229002	AGENCIAS DE TRAMITACIONES A	AGENCIA ADUANAL ATMA	0	21	21	0	12	9
33282	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	6910001	ASESORAMIENTO Y REPRESENTA	MARTINEZ & ASOCIADOS, ABO	0	2	2	0	1	1
33283	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	7110101	Diseño arquitectónico, planifica	MOVILES CENTROS DE SERVICIO	0	8	8	0	7	1
33284	SANTA ANA	SANTA ANA	8620102	Clínicas médicas especializadas	GRUPO DE ESPECIALIDADES ME	0	2	2	0	0	2
						26,928	697,139	839,634	115,080	515,656	323,296

## Anexo 19. Registro Administrativo de Empresas DIGESTYC 2018

10	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4649101	Venta al por mayor de productos	GENERIC PHARMA, S. A. DE C.V.	2	0	2	2	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6820001	Arrendamiento o alquiler y venta	GRUPO TOTAL	0	1	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4210001	Construcción y reparación de carr	COSTRUARQUITEC	3	0	3	2	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4773908	Venta al por menor de artículos d	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PLAS	0	2	2	0	2
11	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7110201	Consultoría, asesoría técnica y dir	B-PRO INNOVACIONES, S.A DE C.V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	GUAZAPA	7020002	Servicios de asesoría y consultoría	COEMI, S.A DE C.V.	0	1	1	0	1
11	AHUACHAPAN	SAN FRANCISCO MEN	6920001	Actividades de contabilidad (desp	ACOFICOBRO, S.A DE C.V.	1	0	1	1	0
6	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	5210901	Alquiler de bodegas para almacener	GRUPO TLA EL SALVADOR, S.A DE C.V.	0	21	22	18	4
1	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	2023101	Fabricación de jabones, detergen	UNILEVER EL SALVADOR SCC, S. A. DE C.V.	0	490	490	323	167
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4659504	Venta al por mayor de equipo, art	PLATERO MENJIVAR, S.A DE C.V.	3	0	3	3	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7020010	Otros servicios de asesoría y cons	INVERSIONES FREDEC, S.A. DE C.V.	5	0	5	3	2
2	LA LIBERTAD	SAN JOSE VILLANUEVA	4659910	Venta al por mayor de mobiliario,	INVERSIONES TORRENTO AGUILAR, S.A	0	13	13	8	5
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4630101	Venta al por mayor de frutas	IMDISMEN, S. A. DE C. V.	0	19	19	15	4
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4659902	Venta al por mayor de equipo, ap	AIRELECTRIC DE EL SALVADOR, S. A. DE C.V.	3	5	10	9	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6910001	Asesoramiento y representación	CHAVEZ IMPRESORES	1	2	3	1	2
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8299003	Actividades de intermediación en	UNO, DOS, TRES, S.A. DE C.V.	0	3	4	3	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6820001	Arrendamiento o alquiler y venta	VIDES BELISMELIS, S.A. DE C.V.	2	0	2	1	1
11	SAN SALVADOR	SANTIAGO TEXACUA	4100101	Construcción, ampliación y refor	SEMACON, S.A. DE C.V.	2	0	2	1	1
5	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	4100101	Construcción, ampliación y refor	CONSTRUCTORA BARRERA IBARRA, S.	3	0	3	1	2
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5820001	Edición de programas informático	GRUPO AVANZA	1	1	2	1	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6202003	Servicios de consultoría y asesoría	DISC SOLUTIONS SA DE CV	2	1	3	2	1
6	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4923301	Transporte de carga internaciona	MULTINATIONAL FREIGHT LOGISTICS, S	0	9	10	6	4
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8620101	Clinicas de medicina general	GB EL SALVADOR INVERSIONES	0	5	7	1	6
6	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	4923301	Transporte de carga internaciona	AGUILA Y HALCON, S. A. DE C. V.	0	2	2	2	0
10	SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	4321003	Instalación de equipos eléctricos	ASESORIAS	1	5	7	6	1
11	SONSONATE	SONSONATE	6810901	Arrendamiento y venta de inmue	WATERFORD, S. A. DE C. V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5820001	Edición de programas informático	GRUBATEC, S.A DE C.V.	0	2	2	0	2
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4651001	Venta al por mayor de equipo (co	SANSATEN, S.A DE C.V.	0	1	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6499001	Inversionistas financieros (accion	ZENT SA DE CV	0	2	2	1	1
11	LA PAZ	MERCEDES LA CEIBA	4690007	Venta de etiquetas de cualquier	AVERY DENNISON COMERCIAL EL SALV	0	0	0	0	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8211002	Actividades empresariales admin	COPROSER, S. A. DE C. V.	0	1	1	1	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6110102	Servicio de mantenimiento rede	NEXT GEN, S.A DE C.V.	0	0	1	1	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7020010	Otros servicios de asesoría y cons	PROCAPITAL, S.A. DE C.V.	2	0	2	1	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	8220001	Centro de llamadas (Call Center)	ATL.SOLUTION. S.A DE C.V.	0	6	8	7	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4772101	Venta al por menor de medicame	FLOMOL, S. A. DE C. V.	1	0	1	1	0
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4669602	Venta al por mayor de materiales	SUGERSAL	0	1	1	1	0
3	SAN SALVADOR	ILOPANGO	8299002	Organización de eventos	PROMOCIONES Y EVENTOS, S.A. DE C.V.	0	9	10	5	5
11	AHUACHAPAN	AHUACHAPAN	6110102	Servicio de mantenimiento rede	INNOVA TELECOMUNICACIONES DE EL	1	0	1	0	1
5	CHALATENANGO	CANCASQUE	4220002	Perforación de pozos para la obt	VRTON SERVICES, S.A DE C.V.	0	0	3	0	0
3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	7110101	Diseño arquitectónico, planificaci	MAURICIO ALEJANDRO SANCHEZ MOF	1	0	1	1	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6910001	Asesoramiento y representación	ENTREGUS	0	0	0	0	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6110101	Telefonía básica (teléfono fijo)	CENTURY COMMUNICATIONS, S. A. DE C.V.	0	1	1	1	0
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4620101	Venta al por mayor de granos ( ce	INSUMOS VARIOS	1	0	1	0	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4649701	Venta al por mayor de juguetes y	JUGUETERIA ASTRAL	0	10	11	4	7
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4630206	Venta al por mayor de licores	DCR & HLV, S. A. DE C. V.	0	1	1	0	1
2	LA LIBERTAD	NUEVO CUSCATLAN	4741101	Venta al por menor de computad	CONEXIONES DE EL SALVADOR, S.A DE	0	4	4	3	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7020005	Servicios de asesoría y consultoría	THE ROYAL EAGLE, S.A DE C.V.	0	1	1	1	0
3	SAN MIGUEL	COMACARAN	4520101	Reparación mecánica automotriz	VENTA DE REPUESTOS ENMANUEL	0	2	2	1	1
2	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4771107	Venta al por menor ropa de vestii	MIXTURA GROUP, S. A. DE C. V.	0	2	3	0	3
11	SAN SALVADOR	TONACATEPEQUE	4772101	Venta al por menor de medicame	GRUPO G&G COMERCIALIZADORA, S.A	1	0	1	0	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7911002	Asesoría y consultoría en turismo	EXCELSIOR TOURS, S.A. DE C.V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	3510301	Distribución de energía Eléctrica	ILUMINAMOS CENTROAMERICA, SOCI	0	1	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5610017	Restaurantes	ESPACIOS PARA EVENTOS, S.A DE C.V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6499003	Servicios financieros ncp	KUMAR, S. A. DE C. V.	0	2	2	1	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6499003	Servicios financieros ncp	RUAN, S. A. DE C. V.	2	0	2	1	1
10	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6622001	Agentes corredores de seguros	PEARS BROKERS, S. A. DE C. V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4772101	Venta al por menor de medicame	BIOCLAN, S.A DE C.V.	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	TONACATEPEQUE	4530105	Venta al por menor de repuestos	COPARTES SA DE CV	4	0	4	4	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	127101	Cultivo de café	ERMA, S.A DE C.V.	3	0	3	3	0
11	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	6499001	Inversionistas financieros (accion	DIVERSIFICACIONES AGRICOLAS	0	2	4	4	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4773905	Venta al por menor de armas de f	POWER SPORTING, S. A. DE C. V.	1	0	1	1	0
2	LA LIBERTAD	ANTIGUO CUSCATLAN	4751001	Venta al por menor de telas de to	VENGO	0	1	1	0	1
2	SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	4649904	Venta al por mayor de artículos y	INVERSIONES OP SOCIEDAD ANONIM	0	8	8	6	2
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	3510109	Planta generadora y distribuidora	SUNGENSAL, S.A DE C.V.	1	0	1	1	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6202001	Servicios de consultoría y asesoría	IP COMSA	0	2	2	2	0
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	7320001	Investigación de mercado y otros	INVESTIGALO	1	2	3	2	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	6820003	Administración de bienes inmo	B DESARROLLOS COMERCIALES SANTA R	1	0	1	1	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	5820001	Edición de programas informático	SERVICIOS TECNOLOGICOS DE EL SALV	4	0	4	2	2
10	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	8220001	Centro de llamadas (Call Center)	NUNTIUS, S.A. DE C. V.	0	3	3	3	0
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4771104	Venta al por menor de ropa interi	FREDERICK DE EL SALVADOR, S.A. DE C	2	0	2	1	1
11	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	4762001	Venta al por menor de discos láse	UNIVERSAL MUSIC EL SALVADOR	0	2	2	1	1
3	SAN SALVADOR	SAN MARCOS	9329901	Organización y presentación de e	MATCH BALL PRODUCCIONES, S.A. DE	1	1	2	2	0

## Anexo 20. Producción Bruta por Actividad Económica. A precios Corrientes

	PRODUCCION BRUTA 2010	PRODUCCION BRUTA 2011	PRODUCCION BRUTA 2012(I)	PRODUCCION BRUTA 2013(I)	PRODUCCION BRUTA 2014	PRODUCCION BRUTA 2015	PRODUCCION BRUTA 2016	PRODUCCION BRUTA 2017	PRODUCCION BRUTA 2018
<b>1. A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	2092.91	2438.48	2310.17	2117.77	2296.42	2299.48	2410.31	2366.03	2379.03
1.1 Cultivo y beneficio de café	380.78	394.52	325.5	152.65	158.54	144.11	135.39	133.61	131.85
1.2 Cultivo de caña de azúcar	178.86	206.98	230.98	213.8	211.96	173.21	199.05	191.26	199.14
1.3 Cultivo de cereales, legumbres y oleaginosas	340.19	570.98	461.15	368.4	456.8	463.52	537.81	432.21	418.01
1.4 Otros cultivos	251.17	258.79	268.86	275.73	285.99	296.2	308.39	324.73	327.43
1.5 Cría de ganado bovino y producción de leche cruda	354.33	366.97	388.24	409.51	416.55	421.9	437.74	448.8	449.84
1.6 Cría de ganado porcino	57.9	52.19	59.77	60.06	60.39	52.72	57.24	56.14	58.02
1.7 Cría de aves de corral y producción de huevos	293.46	347.14	324.59	373.47	432.41	463.1	448.68	485.72	502.58
1.8 Cría de otros animales y productos de origen animal n.p.	9.93	5.64	7.78	11.51	12.52	18.8	15.16	16.35	18.49
1.9 Actividades de apoyo a la agricultura y actividades posteriores a la recolección de cultivos y explotación mixta	32.28	33.65	34.24	34.51	34.57	36.71	37.35	37.39	35.06
1.10 Silvicultura, extracción de madera y otros productos forestales y caza	88.65	97.36	98.65	100.01	102.8	105	106.75	108.95	112.04
1.11 Pesca y Acuicultura	105.36	104.28	110.42	118.1	123.89	124.21	126.74	130.88	126.56
<b>2. B. Explotación de minas y canteras</b>	70.31	84.1	80.17	85.95	88.63	87.82	97.96	102.08	112.45
2.1 Extracción de piedra, arena, arcilla, minerales y serv de apoyo a la explotación de minas	70.31	84.1	80.17	85.95	88.63	87.82	97.96	102.08	112.45
<b>3. C. Industrias manufactureras</b>	8730.96	9778.13	10331.84	10467.08	10971.04	11288.07	11259.6	11439.87	11815.99
3.1 Procesamiento y conservación de carnes	614.73	600.19	694.15	754.62	767.91	798.76	822.16	841.08	841.53
3.2 Procesamiento y conservación de pescado crustáceos y moluscos y productos de pescado.	122.84	124.95	157.63	172.19	198.55	162.67	183.45	205.28	182.85
3.3 Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	85.08	103.78	104.52	97.04	91.98	106.62	93.9	103.49	122.58
3.4 Elaboración de productos lácteos	335.29	351.84	386	432.64	442.82	449.97	459.2	472.69	477.61
3.5 Elaboración de productos de molinería, almidones y productos derivados del almidón	457.09	563.48	510.47	512.81	519.69	571.48	516.9	528.54	520.34
3.6 Elaboración de productos de panadería, macarrones, fideos, cuscús y productos farináceos similares	626.07	682.54	722.45	813.55	845.9	844.93	838.73	855.23	894.27
3.7 Elaboración de azúcar	329.75	324.63	402.4	498.09	541.7	521.75	480.53	540.59	528
3.8 Elaboración de otros productos alimenticios.	531.94	601.72	697.14	703.16	745.72	773.67	749.54	732.87	733.86
3.9 Elaboración de bebidas alcohólicas, no alcohólicas y agua mineral	418.09	454.01	501.35	521.42	553.74	601.08	634.82	645.76	653.04
3.10 Fabricación de productos textiles	827.26	970.02	977.85	1039.33	1068.38	963.33	948.88	970.15	1052.05
3.11 Fabricación de prendas de vestir	807.86	924.55	1111.54	967.25	1182.71	1202.15	1182	1216.63	1278.14
3.12 Maquila de confección	438.87	442.41	382.39	383.71	345.42	498.33	548.08	372.53	353.48
3.13 Cuero y Calzado	144.45	144.33	148.42	149.94	213.94	212.19	178.75	182.48	173.79
3.14 Producción de madera, productos de madera y corcho	61.41	63.76	65.33	80.78	87.7	82.23	95.97	91.61	93.33
3.15 Fabricación de papel y de productos de papel.	395.71	499.85	468.23	488.06	496.27	510.13	497.55	514.65	528.1
3.16 Actividades de impresión.	120.13	119.8	126.47	145.18	143.6	164.48	156.47	147.99	167.73
3.17 Fabricación de coque y productos refinados de petróleo	408.07	461.16	345.38	76.42	66.47	62.98	67.76	66.74	56.72
3.18 Fabricación de sustancias y productos químicos.	268.3	329.03	346.15	334.87	370.08	384.79	364.09	338.34	342.05
3.19 Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos	179.43	212.37	208.77	196.39	197.32	219.74	232.02	266.73	277.46
3.20 Fabricación de productos de caucho y plástico.	337.26	374.05	407.55	548.92	589.41	601.5	582.84	582.13	602.97
3.21 Fabricación de otros productos minerales no metálicos	256.11	271.18	330.75	336.6	336.12	319.08	370.21	435.44	452.02
3.22 Fabricación de metales comunes.	204.37	266.03	260.84	260.13	230.18	242.03	241.86	256.33	286.3
3.23 Fabricación de productos metálicos y electrónicos	240.89	288.07	304.48	323.91	314.84	320.88	321	342.17	374.14
3.24 Fabricación de muebles.	165.16	186.14	246.48	190.27	192.63	196.01	193.35	205.5	219.86
3.25 Mantenimiento y reparaciones de maquinaria e Industrias manufactureras n.p.	294.07	348.5	360.97	361.23	357.43	385.72	426.22	439.5	439.5
3.26 Maquila de otros productos	60.75	69.71	64.15	78.57	70.51	91.58	100.72	118.71	153.27
<b>4. D. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado</b>	1001.5	1240.16	1443.25	1367.75	1386.18	1140.41	952.7	1088.23	1172.08
4.1 Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1001.5	1240.16	1443.25	1367.75	1386.18	1140.41	952.7	1088.23	1172.08
<b>5. E. Suministro de agua, alcantarillados y gestión de residuos</b>	286.63	278.89	304.22	298.28	285.3	303.83	370.25	362.37	357.29
5.1 Suministro de agua, alcantarillados y gestión de residuos	286.63	278.89	304.22	298.28	285.3	303.83	370.25	362.37	357.29
<b>6. F. Construcción</b>	1920.84	2241.51	2331.05	2341.34	2340.84	2429.57	2592.14	2864.25	2864.25
6.1 Construcción y servicios de construcción	1920.84	2241.51	2331.05	2346.77	2341.34	2340.84	2429.57	2592.14	2864.25
7. G. Comercio, reparación de vehículos automotores	3266.36	3429.32	3657.73	3897.6	4176.54	4272.83	4326.48	4430.5	4649.53
7.1 Comercio y Reparación de vehículos	3266.36	3429.32	3657.73	3897.6	4176.54	4272.83	4326.48	4430.5	4649.53
<b>8. H. Transporte y almacenamiento</b>	1867.56	2122.27	2279.61	2508.88	2320.32	2369.26	2369.51	2389.51	2472.75
8.1 Servicios de Transporte	1663.75	1883.69	2043.84	2265.57	2057.05	2091.01	2080.66	2090.02	2158.7
8.2 Almacenaje y actividades relacionadas al transporte	203.81	238.59	235.77	233.31	263.27	288.65	300.49	314.08	314.08
<b>9. I. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas y bebidas</b>	1171.51	1316.41	1490.38	1592.11	1707.19	1721.33	1760.35	1844.52	1974.43
9.1 Alojamiento	101.65	113.89	121.27	128.3	142.35	130.07	133.58	143.56	147.72
9.2 Actividades de servicio de comida y bebidas	1069.86	1202.52	1369.1	1463.8	1564.84	1591.26	1626.76	1700.95	1826.71
<b>10. J. Información y comunicaciones</b>	1432.04	1520.04	1542.72	1601.3	1585.96	1601.57	1624.21	1610.24	1637.7
10.1 Servicios de publicación, producción y post-producción (cinematografía, televisión y radio)	303.73	332.13	322.66	331.15	335.86	326.08	310.6	294.2	306.27
10.2 Telecomunicaciones y actividades de servicios de información	1128.31	1187.91	1220.05	1270.15	1250.1	1275.49	1313.61	1316.05	1331.43
<b>11. K. Actividades financieras y de seguros</b>	1805.88	1884.78	1870.73	1948.62	2073.6	2144.29	2256.83	2349.51	2503.12
11.1 Actividades financieras, excepto seguros y fondos de pensiones	1379.03	1425.2	1423.14	1469.9	1576.58	1661.34	1708.96	1766.78	1902.87
11.2 Seguros, Reaseguros y Fondos de Pensiones, excepto los planes de seguridad social de afiliación obligatoria	250.88	266.16	278.57	302.93	307.14	285	325.63	344.63	364.32
11.3 Actividades auxiliares a los servicios financieros, seguros y fondos de pensiones	175.98	193.41	169.02	175.79	189.88	197.95	222.24	238.1	235.93
<b>12. L. Actividades inmobiliarias</b>	1841.63	1866.08	1958.46	2023.48	2104.9	2191.88	2279.75	2291.62	2408.74
12.1 Alquiler de Vivienda y Otras actividades inmobiliarias	1841.63	1866.08	1958.46	2023.48	2104.9	2191.88	2279.75	2291.62	2408.74
<b>13. M. Actividades profesionales, científicas y técnicas</b>	774.33	830.68	865.19	800.85	833.76	780.13	793.38	817.89	843.54
13.1 Actividades profesionales, científicas y técnicas	774.33	830.68	865.19	800.85	833.76	780.13	793.38	817.89	843.54
<b>14. N. Actividades de servicios administrativos y de actividades de alquiler, empleo y agencias de viajes</b>	625	725.87	841.81	927.54	968.09	1010.15	1040.88	1106.42	1219.1
14.1 Actividades de alquiler, empleo y agencias de viajes	263.51	288.75	318.62	356.25	406.31	436.2	447.17	457.88	471.83
14.2 Actividades de seguridad, investigación y apoyo a las empresas	361.49	437.12	523.19	571.29	561.78	573.95	593.71	648.54	747.28
<b>15. O. Administración pública y defensa; planes de contingencia y defensa</b>	1883.28	2058.59	2151.51	2271.71	2246.18	2446.38	2484.82	2562.63	2643.21
15.1 Administración pública y defensa	1816.82	1979.39	2082.64	2199.51	2170.57	2367.34	2404.25	2480.06	2561.42
<b>15.2 Actividad de planes de seguridad social de afiliación obligatoria</b>	66.46	79.2	68.87	72.19	75.61	79.04	80.57	82.57	81.79
<b>16. P. Enseñanza</b>	969.6	1083.97	1255.81	1296.83	1300.62	1331.73	1386.49	1465.17	1469.99
16.1 Enseñanza	969.6	1083.97	1255.81	1296.83	1300.62	1331.73	1386.49	1465.17	1469.99
<b>17. Q. Actividades de atención de la salud humana</b>	696.74	751.72	816.6	923.54	950.1	996.72	1031.24	1100.36	1144.16
17.1 Servicios sociales y relacionados con la salud humana	696.74	751.72	816.6	923.54	950.1	996.72	1031.24	1100.36	1144.16
<b>18. R. Actividades Artísticas, de entretenimiento y recreación</b>	133.49	149.61	141.23	142.35	141.82	150.63	151.26	156.86	171.94
18.1 Arte, esparcimiento y recreación	133.49	149.61	141.23	142.35	141.82	150.63	151.26	156.86	171.94
<b>19. S. Otras actividades de servicios</b>	434.69	436.13	442.89	437.93	464.63	466.09	475.34	496.45	495.9
19.1 Otros Servicios	434.69	436.13	442.89	437.93	464.63	466.09	475.34	496.45	495.9
<b>20. T. Actividades de los hogares como empleador</b>	245.64	224.43	242.75	245.23	260.36	281.46	298.08	306	309.48
20.1 Actividades de los hogares en calidad de empleadores	245.64	224.43	242.75	245.23	260.36	281.46	298.08	306	309.48
<b>21. Mas: Impuestos netos de Subvenciones</b>									
<b>22. Producto Interno Bruto a Precios de Mercado</b>									