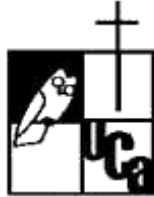


UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
JOSÉ SIMEÓN CAÑAS



**ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO DE LAS PYME
EXPORTADORAS SALVADOREÑAS DESDE UNA
PERSPECTIVA DE GÉNERO**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREPARADO PARA LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO(A) EN ECONOMÍA

POR:

Carmen Elena Medrano Perla y Perla
Ángela Emely Meléndez Argueta
Rosa de Lourdes Paola Padilla Pineda
María José Soriano Barahona

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, OCTUBRE DE 2007

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
"JOSÉ SIMEÓN CAÑAS"

RECTOR

LIC. JOSE MARÍA TOJEIRA PELAYO, S.J.

SECRETARIO GENERAL

LIC. RENÉ ALBERTO ZELAYA

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

MTRO. JOSÉ ANTONIO MEJÍA HERRERA

DIRECTORA DEL TRABAJO

LICDA. JULIA EVELIN MARTINEZ

SEGUNDO LECTOR

LIC. GERARDO OLANO

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	v
I. Marco de Referencia de las PYME Exportadoras Salvadoreñas	1
1.1 Definición de Pequeña y Mediana Empresa (PYME)	1
1.2 Contribución de las PYME a la economía del país	2
1.3 Mercados atendidos por las PYME	4
1.4 PYME exportadoras	5
2. Apertura Comercial y CAFTA	7
2.1 Apertura comercial y política económica gubernamental	10
2.2 CAFTA y PYME salvadoreñas	11
2.3 Instrumentos de apoyo a las PYME en el marco del CAFTA	14
3. PYME, CAFTA y Género	16
II. Caracterización de las PYME Exportadoras Salvadoreñas desde una Perspectiva de Género	22
1. Caracterización de las PYME exportadoras salvadoreñas	22
1.1 Aspectos metodológicos	22
1.2 Presentación de resultados del estudio	23
1.2.1 El desempeño de las PYME exportadoras desde la perspectiva de los y las empresarios(as)	23
1.2.2 El desempeño de las PYME exportadoras desde la perspectiva de las instituciones de apoyo	39
2. La experiencia internacional de las PYME exportadoras: lecciones para El Salvador	45
2.1 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Argentina	45
2.2 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Chile	49
2.3 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Colombia	52

2.4	Diferencias y Similitudes entre los casos de PYME exportadoras exitosas en Latinoamérica	55
3.	Comparación de PYME exportadoras exitosas latinoamericanas con el caso salvadoreño	58
4.	Conclusiones	59
III.	Conclusiones y Recomendaciones para Potenciar el Desarrollo de la Capacidad Exportadora de las PYME Salvadoreñas con Equidad de Género	63
1.	Principales hallazgos del estudio realizado	63
1.1	Hallazgos generales sobre las características y desempeño de las PYME exportadoras	64
1.2	Hallazgos relativos a las diferencias de género de las personas propietarias de PYME exportadoras	65
2.	Recomendaciones del estudio	66
2.1	Recomendaciones generales para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras	67
2.1.1	Mejoras en las condiciones del entorno empresarial	67
2.1.2	Mejoras en la oferta de servicios de desarrollo empresarial	69
2.1.3	Mejoras en la oferta de servicios financieros	70
2.2	Recomendaciones específicas para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras propiedad de mujeres	72
2.2.1	Mejoras en las condiciones del entorno empresarial	72
2.2.2	Mejoras en las condiciones de entrega de la oferta de servicios de desarrollo empresarial	74
2.2.3	Mejoras en las condiciones de acceso a la oferta de servicios financieros	75
	BIBLIOGRAFIA	78
	ANEXOS	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. El Salvador: Empresas Exportadoras por Sector según Encuesta FUSADES 2005	6
Gráfico 2. El Salvador: Principales Productos Exportados según la Encuesta FUSADES 2005	7
Gráfico 3. El Salvador: Nivel de Escolaridad atendido por propietarios y propietarias de PYME exportadora	24
Gráfico 4. El Salvador: Años de existencia de las empresas según sexo de la persona propietaria	26
Gráfico 5. El Salvador: Número de años de exportación desagregado por género	27
Gráfico 6. El Salvador: Porcentaje de la producción destinado a la exportación de las empresas por sexo de persona propietaria	28
Gráfico 7. El Salvador: Monto anual aproximado de exportaciones de las empresas desagregado por género	29
Gráfico 8. El Salvador: Principales Productos de Exportación de las Empresas propiedad de mujeres	30
Gráfico 9. El Salvador: Principales Productos de Exportación de las Empresas propiedad de hombres	30
Gráfico 10. El Salvador: Principales Productos de Exportación de los y las propietarios(as) de PYME	31
Gráfico 11. El Salvador: Destinos de las Exportaciones de Empresas propiedad de Mujeres	32
Gráfico 12. El Salvador: Destinos de las Exportaciones de Empresas propiedad de Hombres	32
Gráfico 13. El Salvador: Impacto del CAFTA en las Empresas por sexo de la persona propietaria	33
Gráfico 14. El Salvador: Problemas para Exportar identificados por los y las Empresarios(as) en general	34
Gráfico 15. El Salvador: Problemas para Exportar identificados por las Empresarias	35
Gráfico 16. El Salvador: Problemas para Exportar identificados por los Empresarios	35
Gráfico 17. El Salvador: Necesidades identificadas por los y las empresarios(as) para desarrollar su capacidad exportadora	36
Gráfico 18. El Salvador: Equipo utilizado por las propietarias de PYME	38
Gráfico 19. El Salvador: Equipo utilizado por los propietarios de PYME	38
Gráfico 20. El Salvador: Equipo utilizado por los y las propietarios(as) de PYME	39
Gráfico 21. El Salvador: Segmento de PYME exportadoras atendidas por las instituciones de apoyo	40
Gráfico 22. El Salvador: Apoyo proporcionado por instituciones a las PYME exportadoras	43

Gráfico 23. El Salvador. Porcentaje de Instituciones de apoyo que creen necesario la incorporación del enfoque de género al diseño de estrategias de apoyo	44
--	----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. El Salvador: Definición de PYME por Institución	2
Cuadro N° 2. El Salvador: Contribución al PIB según Sector Económico	3
Cuadro N° 3. El Salvador: Mercados a los que las PYME destinan su Oferta	4
Cuadro N° 4. El Salvador: Propietarios de MIPME por genero	18

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas PYME se consideran actualmente como parte importante del desarrollo social y económico de El Salvador, sobre todo frente a la necesidad de generación de empleo e ingreso familiar. Desde hace más de dos décadas, se han venido desarrollando diversos programas administrados tanto por instituciones públicas como privadas, cuyo objetivo ha sido enfocado a fomentar y desarrollar el potencial de las PYME. No obstante, es a partir del Plan de Gobierno “La Nueva Alianza” (1999-2004) que este sector ha cobrado mayor prioridad en los programas y agenda de los gobiernos.

El modelo económico que El Salvador ha venido desarrollando en los últimos años es el de apertura comercial, en donde se han firmado Tratados de Libre Comercio desde 2001 con: México, Chile, República Dominicana, Panamá y Estados Unidos. Esto ha impulsado la exportación de nuevos productos y el surgimiento de nuevos exportadores, generándose una oportunidad para que las PYME inserten su oferta en el exterior.

Es de suma importancia reconocer que en la participación de la actividad económica la mujer no lo hace en iguales condiciones y oportunidades que los hombres. La misma sociedad y su sistema de valores predominantes puede favorecer y limitar la competitividad de las empresas, en el caso de El Salvador con su sistema patriarcal de valores, da origen a la exclusión de las mujeres en la economía cuando se estereotipa una serie de rasgos de personalidad y conducta específicamente femeninos congruentes con el rol de la maternidad y funciones del cuidado del hogar y familia.

Por otra parte, las políticas públicas en general son políticas neutras con respecto al género, es decir van dirigidas indistintamente a toda la población. Esto significa que los instrumentos de desarrollo empresarial y las políticas de apoyo no toman en cuenta las diferencias existentes entre empresas dirigidas por hombres y empresas dirigidas por mujeres. Sin embargo, las desigualdades de género existen, y al enfrentarse a una política pública neutra las empresas propiedad femenina, además de poseer características diferentes a las

empresas de propiedad de hombres, tienen que lidiar con otros problemas; provocando resultados desiguales que ponen en desventaja a las mujeres. La falta de perspectiva de género en las políticas de apoyo a las PYME podría estar excluyendo a las PYME propiedad de mujeres de sus beneficios.

En esta investigación se aborda el análisis del desarrollo de las PYME exportadoras no agrícolas en el sector industria en el área metropolitana de San Salvador, del período 2000 a la fecha. Se analiza la realidad general que éstas enfrentan, y posteriormente se hace desde una perspectiva de género. Se presentan las diferencias existentes entre hombres y mujeres en las PYME y las limitantes en las empresas propiedad de mujeres, en relación a las empresas propiedad de hombres, para desarrollar su capacidad exportadora.

El presente documento inicia con el marco de referencia en el que se desenvuelven las PYME exportadoras salvadoreñas, posteriormente se presenta los resultados del estudio de campo, con el que se pudo constatar las diferencias entre la dinámica empresarial de hombres y mujeres propietarios(as) de PYME. Finalmente, se incluyen las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA DE LAS PYME EXPORTADORAS SALVADOREÑAS.

Las Pequeñas y Medianas empresas (PYME) han tomado protagonismo en la política económica. Es por eso que es conveniente iniciar este capítulo con su caracterización, es decir, conocer cuál es la definición de pequeña y mediana empresa, su contribución a la economía de la nación y los diferentes tipos de mercados que éstas atienden.

Por otra parte, es relevante mencionar la relación existente entre la política gubernamental y la apertura comercial, resaltando la importancia que tienen los tratados de libre comercio, en especial el más reciente Tratado de Libre Comercio de Centroamérica con Estados Unidos (CAFTA por sus siglas en inglés). Así mismo, debe señalarse el papel que el gobierno salvadoreño le ha otorgado a las PYME salvadoreñas dentro del marco del CAFTA y las diferentes redes de apoyo e instituciones que éste ha puesto a su disposición.

Finalmente, se ha designado un apartado sobre la empresarialidad femenina (tanto a nivel nacional como internacional) y la situación de la mujer en las PYME dentro del contexto del CAFTA

1.1 Definición de Pequeña y Mediana Empresa (PYME)

La definición de PYME varía a nivel internacional acorde a los criterios propios de ciertas instituciones o países. Lo que en unos países se considera una PYME, puede ser una empresa de mayor tamaño en otro.

En El Salvador, las distintas instituciones tanto públicas como privadas relacionadas con el sector de las PYME utilizan diferentes criterios para definirlo. Generalmente, estos criterios se basan en el número de empleados, el valor total de los activos y/o los volúmenes de venta mensuales que genera la empresa.

En el cuadro No. 1 se presenta la definición de PYME de acuerdo a los criterios propios de las instituciones que apoyan este sector.

Cuadro No. 1
El Salvador: Definición de PYME por Institución

Institución	Pequeña	Mediana
CONAMYPE	Hasta 50 empleados Ventas mensuales entre \$5,714.28 - \$ 57,142.85.	No considera una definición
FUSADES (PROPEMI)	Entre 10 – 50 empleados Ventas mensuales menores a US \$57,142.29	Entre 51 - 100 empleados Ventas mensuales de hasta \$114,285.00
FUSADES (DEES)	Entre 11 – 19 empleados Activos menores a \$85,714	Entre 20 - 99 Empleados Activos menores a \$228,571.00
INSAFORP	Entre 11 – 49 empleados	Entre 50 - 99 empleados
BMI	Entre 11 – 49 empleados Ventas mensuales entre \$5,714.28 - \$57,142.85	Entre 50 - 199 empleados Ventas mensuales entre \$57,142.85 - \$380,000.00

Fuente: Martínez, J. "Desafíos y Oportunidades de las PYME salvadoreñas", El Salvador 2002

1.2 Contribución de las PYMES a la economía del país

Las PYME desempeñan una función dual en la economía del país. Por una parte, contribuye a la creación de un ambiente de competencia incidiendo positivamente sobre el crecimiento económico del país y por otro, representan

un papel social en cuanto a la generación de empleo y estabilidad política y social.¹

Según los datos que surgen de la Encuesta Económica de la DIGESTYC en 1998, el número de establecimientos en el país asciende a 144,020 de los cuales 12,900 (9%) son PYME. Acorde a la encuesta realizada por la Fundación para la Pequeña y Mediana Empresa (FUNDAPYME) en el 2002, el peso de las PYME en el PIB es aproximadamente de un 45.3%. En cuanto al empleo representan el 33% del total de empleados en el parque empresarial². En el cuadro No.2 se detalla su contribución al PIB según el sector económico.

Cuadro No. 2
El Salvador: Contribución al PIB
según sector económico

	Pequeña	Mediana	Total PYME
Industria	28%	11%	40%
Comercio	39%	5%	44%
Servicios	46%	6%	52%
	37.6%	7.70%	45.3%

Fuente: Martínez, J. "Desafíos y Oportunidades de las PYME salvadoreñas", El Salvador 2002

Desde el punto de vista de la generación de bienes y servicios, las pequeñas y medianas empresas juegan un papel primordial, ya que su contribución a la economía proviene tanto de la producción para el mercado interno y como para el externo.

¹. FUSADES, Informe de Desarrollo Económico y Social 2005, Hacia una MIPYME más competitiva, (Marzo 2006).

². Banco Mundial, Instituto del Banco Mundial. CENPROMYPE, FUNDES, "Desarrollo de la MIPYME, políticas de apoyo y CAFTA, grupos focales El Salvador". (2005)

1.3 Mercados atendidos por las PYME

En la actualidad y durante toda su existencia, las PYME salvadoreñas han concentrado su oferta principalmente al mercado nacional. Datos de FUNDAPYME reflejan que el 78% de ellas colocan sus productos y servicios localmente y que el segmento de mayor importancia para el 54% de estas empresas es el consumidor final.

En el cuadro No. 3 se presentan los principales mercados a los cuales las PYME destinan sus productos y servicios.

Cuadro No. 3
El Salvador: Mercados a los que las
PYME destinan su oferta

Mercado Destino	% de Empresas
Consumidor Final	92%
Servicios	45%
Industria	40%
Comercio	39%
Estado/Gobierno	35%
Mercados Externos	10%

Fuente: Martínez, J. "Desafíos y Oportunidades de las PYME salvadoreñas", El Salvador 2002

No obstante, existen algunas PYME que dedican parte de su producción para el mercado externo. La incidencia de pequeñas y medianas empresas que exportan actualmente es del 14%, y el porcentaje de las que no exportan, pero tienen interés en hacerlo es del 8 %³. Así mismo, el 90% de las PYME exportadoras colocan sus productos en Centro América, mientras que el 21% exportan su oferta a Estados Unidos.

³. Ibid.

El 12% de las PYME exportadoras destinan sus ventas a México, Europa, Panamá y República Dominicana⁴.

Según investigaciones de FUNDAPYME, la oferta exportable de las medianas empresas es superior a las de las pequeñas, con porcentajes de 26% y 11% respectivamente. Debido a la importancia que se le ha otorgado al incremento de las exportaciones como punto clave para lograr un crecimiento económico, es preciso incorporar un análisis sobre las PYME que destinan su producción para el mercado internacional.

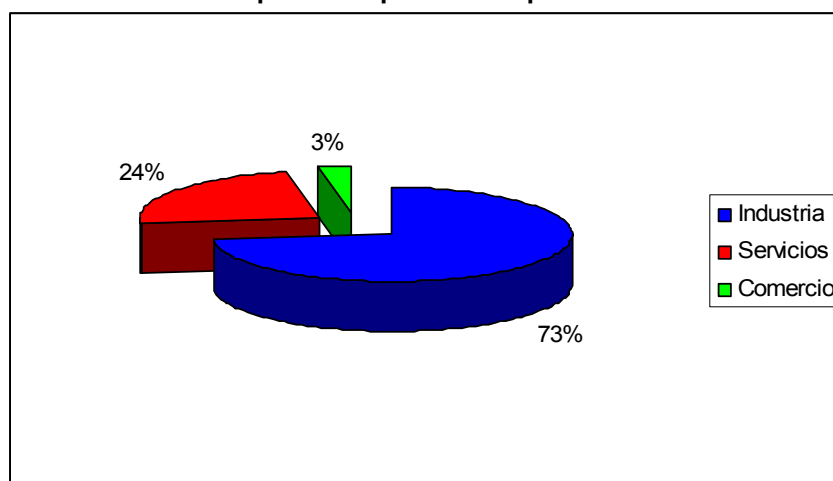
1.4 PYME exportadoras

Es necesario mencionar que hasta la fecha en El Salvador no existen estudios sobre las PYME exportadoras, únicamente se cuenta con una encuesta realizada por FUSADES a 471 Micro, Pequeña y Mediana Empresas (MIPYME) tanto exportadoras como no exportadoras; de los sectores industria, comercio y servicios realizada en el año 2005, por lo que se tomarán estos datos para la presente caracterización de las PYME exportadoras.

La encuesta identificó que solamente 29 empresas de las 471 encuestadas se encontraban exportando, 11 pequeñas y 18 medianas. Los resultados indicaron que ninguna microempresa exporta. En el gráfico No.1 se muestra el sector al que pertenecen las 29 empresas exportadoras identificadas.

⁴. Julia Evelyn Martínez, Desafíos y oportunidades de las PYME salvadoreñas, (El Salvador, 2002).

Gráfico No. 1
El Salvador: Empresas exportadoras por sector económico

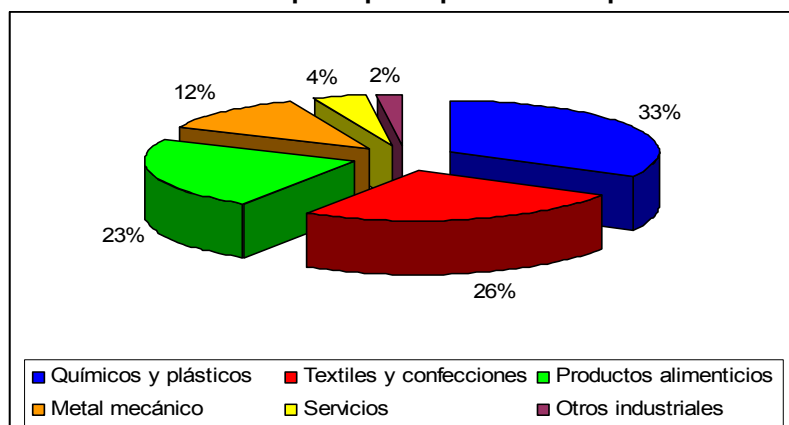


Fuente: Informe de Desarrollo Económico y Social 2005. FUSADES

Del total de empresas exportadoras 25 se sitúan en el área metropolitana de San Salvador (AMSS) y 4 fuera de ella. Únicamente tres parejas de empresas exportan el mismo bien cada par, mientras que el resto exporta un bien diferente. Las exportaciones están constituidas por bienes tradicionales como no tradicionales, entre los que se destacan químicos farmacéuticos, textiles, productos de metal mecánica, productos para redes de comunicación, software de seguridad, servicios publicitarios y programas de televisión.

Los químicos y plásticos registran el mayor porcentaje de bienes exportados. El gráfico No.2 muestra la distribución en porcentajes de exportaciones.

Gráfico No. 2
El Salvador: principales productos exportados



Fuente: Informe de Desarrollo Económico y Social 2005. FUSADES

Los datos de esta encuesta también evidencian que el mercado principal de las PYME exportadoras es el nacional, pues a éste le destinan el 61% de sus productos. Como segundo mercado se encuentra el centroamericano, hacia el cual se dirige el 29% de las ventas totales. Sin embargo, a diferencia de la encuesta realizada por FUNDAPYME (2002) se encontró que a Estados Unidos las PYME destinan únicamente el 1% de las ventas, mientras que a República Dominicana y Panamá se exporta el 0.1% y el 0.03% respectivamente. Otro dato importante es que las medianas empresas son las únicas que han logrado vender su oferta fuera del área centroamericana. Estos hechos demuestran la poca diversificación de mercados geográficos de las PYME exportadoras.

Entre los factores que influyen en la elección de los mercados a los cuales exportar, predomina el hecho de tener contactos, amigos, o conocidos en el exterior. Las ferias o misiones comerciales son otros factores que ha incidido en la decisión de las PYME sobre la elección del destino de colocación de su producción.

2. Apertura Comercial y CAFTA

A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa se instauró en El Salvador, como en muchos países de América Latina, un nuevo modelo

económico basado en la apertura externa, la liberalización de los mercados así como en la privatización y desregulación de la economía; justamente con la llegada al poder Ejecutivo del partido político Alianza Republicana Nacionalista (ARENA). En su aspecto más sustantivo, este modelo coincidió con la propuesta de desarrollo emanada en el denominado Consenso de Washington (Williamson, 1993).

A lo largo de su gestión, el partido ARENA presenta una propuesta económica de corte neoliberal aplicando programas de estabilización y ajuste estructural.

Los Programas de Estabilización se caracterizan por ser a corto plazo y su finalidad es rectificar desequilibrios financieros tales como el déficit en la balanza de pagos y la inflación. A diferencia de los Programas de Estabilización, los Programas de Ajuste Estructural (PAE) se caracterizan por ser programas de mediano plazo y su principal objetivo está dirigido a la reactivación de la actividad económica. De esta manera se espera que la liberalización y modernización de la economía sea más eficiente y competitiva; dándole énfasis a la empresa privada junto a una orientación al mercado internacional.

Aparte del Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial existen otras dos organizaciones financieras internacionales que han contribuido a la implementación de las políticas y programas de ajuste estructural en América Latina: La Agencia Internacional para el Desarrollo (AID) del Gobierno de los EUA, cuyo soporte financiero estuvo concentrado hasta hace unos pocos años atrás en los países de Centro América y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que desde la década de los ochenta ha venido impulsando convenios con los gobiernos de la región con la finalidad de aprobar empréstitos que promueven políticas muy similares a los del Banco Mundial.⁵

Los programas incluyen reformas de “primera generación” con el objetivo ordenar variables macroeconómicas, estabilizar y orientar la economía hacia el

⁵. Seminario internacional sobre privatizaciones eléctricas [En línea]. México, disponible en: http://www.laneta.apc.org/seminario_privatizaciones/ISPOscar%20Rodr%EDguezCR.html

mercado para luego abrirla a la competencia internacional. Estas reformas enmarcan políticas para la estabilización económica, la liberalización comercial y financiera, la desregulación y la privatización. Pese a que en un principio estas reformas contribuyeron a la expansión económica, posteriormente se les ha relacionado con un estancamiento económico y un retroceso en la distribución del ingreso que ha minado el apoyo necesario para la implementación de una segunda fase de reformas conocidas como reformas de “segunda generación”, que tendrían como objetivo transformar las instituciones del Estado y contribuir a mejorar la calidad de vida de la población.⁶

Entre las principales políticas se mencionan la unificación del tipo de cambio, la adopción de una política cambiaria realista, eliminación de controles de precios, la liberalización de las tasas de interés, la reducción del sector público en la economía, reducción de aranceles, así como el fomento a tratados de libre comercio e inversión; impulsando de esta manera el crecimiento económico con una estrategia basada en el incremento de las exportaciones y el cambio en la composición de éstas en un ambiente de apertura favorable al libre comercio.

A lo largo de su proceso de desarrollo, El Salvador se ha enfrentado tanto a crisis internas como externas, las cuales han incidido negativamente al crecimiento de la producción nacional. Pese a ello, el debate de apertura se presenta y en especial la limitación del mercado local conlleva a un replanteamiento del enfoque. Junto a la globalización de la economía mundial y los bloques que resultan de ella, Centro América resulta un mercado muy pequeño que reduce cada vez más las posibilidades de crecimiento, lo que impulsa a buscar una mayor apertura en la economía hacia el resto del mundo y aprovechar las nuevas oportunidades que el mercado mundial ofrece. Los dramáticos cambios que hoy se experimentan obligan a cualquier país a integrarse más plenamente al comercio internacional. “Alrededor del mundo, cada día son mas los países que escogen sustentar su crecimiento y desarrollo

⁶. La PYME centroamericana y su vinculación con el sector externo [En línea]. Disponible en: www.eclac.org/publicaciones/xml/1/9481/l499.pdf

en una economía abierta al comercio internacional y utilizar los mercados como guía para asignar sus recursos escasos.”⁷

Desde su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en mayo de 1995, El Salvador ha seguido la estrategia de fortalecer lazos con sus socios comerciales a través de iniciativas regionales y bilaterales; firmando tratados de libre comercio con diferentes naciones, tales como: República Dominicana (1998), Chile (1999), México (2000), Panamá (2002) y EUA (2006), Central American Free Trade Agreement (RD-CAFTA).

De acuerdo a Fernando Rueda (2006) en su análisis acerca de la entrada en vigor del CAFTA y sus consecuencias para el nuevo modelo de crecimiento centroamericano, se establece que a corto plazo no es previsible una significativa creación de comercio a consecuencia de la entrada en vigor del tratado, ya que anteriormente El Salvador ha sido favorecido mediante concesiones temporales otorgadas por Estados Unidos a través de esquemas de trato preferencial a la mayor parte de los productos exportados a dicho país, que le permite acceso a su mercado con desgravaciones arancelarias unilaterales. Entre estos esquemas figuran la Iniciativa de La Cuenca del Caribe (ICC) aprobada en 1983 con un plazo de doce años y que en el 2000 se decidió extenderla hasta el 2008 y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). A mediano y largo plazo, es más probable que se incremente el flujo comercial tanto por el acceso de nuevos productos centroamericanos a EEUU, como por el aumento de las cuotas de los productos exportados.⁸

2.1 Apertura comercial y política económica gubernamental

De acuerdo al modelo económico basado en la apertura comercial y con el objetivo de impulsar las oportunidades creadas para las PYMES, en el plan de gobierno del presidente Francisco Flores (1999 – 2004) “La Nueva Alianza”, se

⁷. Edna Camacho. Apertura comercial y ajuste de las empresas. (Primera Edición. Academia de Centroamérica San José Costa Rica, 1992).

⁸. El Futuro económico de Centroamérica tras el DR-CAFTA: una oportunidad exenta de riesgos, [En línea] disponible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/994.asp>

establecen líneas estratégicas de acción orientadas al mejoramiento de la capacidad productiva y competitiva de las micro, pequeña y mediana empresas, mediante la creación de una política sectorial de apoyo que incluía entre sus objetivos la generación de empleo con el programa “Alianza para el Empleo”. Para esto, Francisco Flores plantea un nuevo marco institucional que viabilice y oriente hacia este sector una serie de instrumentos de apoyo tales como leyes, asistencia técnica, capacitaciones, información, financiamiento, fomento de la asociatividad y gremialización de productores, proveedores y comercializadores, entre otras, a la vez que creó oportunidades de suscripción a nuevos acuerdos comerciales que posibilitarían la inserción del país a la economía mundial.

En el siguiente quinquenio, dentro del Plan de Gobierno 2004-2009 “País Seguro” se ha profundizado en las políticas de apoyo a las MIPYME, incluyéndose un apartado especial dedicado a su desarrollo. En general, lo que se busca alcanzar con dichas políticas es mejorar las oportunidades de desarrollo productivo de estas empresas, a través del fortalecimiento de sus capacidades productivas, comerciales y gerenciales, que les permitan establecerse en los mercados nacionales e internacionales.

Adicionalmente, para poder solventar uno de los principales problemas que enfrenta este sector, se crea una serie de políticas orientadas a facilitar el acceso a las oportunidades de financiamiento. Por otra parte, con el fin de hacer eficiente el uso de los recursos, reducir los costos y afrontar otra serie de dificultades, se promueven políticas de asociatividad, ya que de esta manera se espera que sea más fácil enfrentar los desafíos y oportunidades que representan los tratados de libre comercio, teniendo un especial énfasis en las oportunidades que se podrían obtener con la entrada en vigencia del CAFTA.

2.2 CAFTA y PYME salvadoreñas

Durante y después de las negociaciones del CAFTA, el gobierno salvadoreño ha destacado la idea que son las pequeñas y medianas empresas las que

saldrían más beneficiadas de este tratado⁹, pues el hecho de que las PYME “presenten una organización sencilla ofrece una mayor flexibilidad que las estructuras de las grandes empresas ante cambios exógenos, lo que les permite reaccionar con más rapidez ante variaciones en el entorno”¹⁰.

Se plantea que el CAFTA, en especial, constituiría una herramienta que ayudaría al país a impulsar su crecimiento económico, ya que éste se vería favorecido por el aumento en las exportaciones, agregándole que la disminución (y en algunos casos la desaparición) de aranceles permitiría un mejor intercambio comercial, llevando a una ampliación de mercados¹¹. Citando las palabras del ex-Ministro de Economía Miguel E. Lacayo, el Tratado “cuenta con toda una serie de herramientas comerciales y legales concertadas entre los seis países participantes que garantizan que se convertirá en una ventana hacia el desarrollo social incluyente, especialmente para las micro y pequeñas empresas, garantizando que los beneficios comerciales que se obtengan no se pierdan en el futuro, y asegurando que no se creen nuevas barreras al comercio”¹².

Tanto el Ministerio de Economía de El Salvador como otras entidades, han elaborado documentos para tratar de motivar a las PYME a visualizar la globalización y el libre comercio como algo que no se puede detener, que ya existe y es un hecho. Si bien el libre comercio representa retos, también trae oportunidades que podrían beneficiar a todos (empresas y trabajadores en todo el país), teniendo a las PYME como actores principales tanto para convertirse en motor de crecimiento económico, como para ser los mayores beneficiarios

⁹. La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) asevera que las PYME son las que tienen más posibilidades de exportar.

¹⁰. La PYME en Centroamérica y su vinculación con el sector externo, Documento de CEPAL [En línea], disponible en: <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/1/9581/P9581.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/mexico/tpl/top-bottom.xsl>

¹¹. Según el Informe de Desarrollo Económico Social de FUSADES (2005) hasta ahora con los TLC firmados con otros países, ha habido poco aprovechamiento del mayor acceso a mercados debido a que ha existido poca diversificación de mercados que tiene la PYME exportadora salvadoreña.

¹². Las Oportunidades del Libre Comercio y las MIPYMES, Discurso de Miguel E. Lacayo, [En línea], disponible en: www.cafta.gob.sv

de las oportunidades que con este TLC se podrían obtener (como por ejemplo poder aprovechar el acceso a amplios mercados para nuestros productos¹³).

Uno de los argumentos más relevantes que relacionan una mejora para las PYME salvadoreñas a consecuencia de la entrada en vigencia del CAFTA es el poder acceder y aprovechar el mercado nostálgico de los 2,215,600 salvadoreños residentes en Estados Unidos¹⁴

Según un estudio de Monitor Co. enfocado a los salvadoreños residentes en Estados Unidos, las tres principales razones para no consumir productos provenientes de El Salvador son: a) No se encuentran disponibles en el mercado, b) Los que si se encuentran disponibles poseen mala calidad y c) Son demasiado caros¹⁵.

Con la implementación del Tratado mencionado, se eliminarían los aranceles y barreras al comercio salvadoreño que anteriormente dificultaban el acceso a dicho mercado y elevaban su precio. Pero, también es necesaria la ampliación de la capacidad de producción para poder ofertar volúmenes mayores de productos, así como la diversificación de éstos (aquí juega un papel primordial la inclusión del valor agregado). Paralelamente, para lograr esto, es preciso una ampliación del financiamiento que estas empresas tienen acceso.

Una de las principales desventajas para las PYME en el CAFTA es el acceso a la información de análisis de mercados para la determinación de nichos, conocer las condiciones de competencia y el terreno del comercio internacional.

Adicionalmente, gran parte de las PYME no dominan las técnicas profesionales para el cálculo de costos, precios, presupuestos, etc., tampoco cuentan con los recursos humanos y tecnológicos necesarios para poder ser lo suficientemente competitivos y mantenerse a flote.

¹³. CAFTA: libre versión ilustrada, Ministerio de Economía, [En línea], disponible en: http://www.cafta.gob.sv/doc_interes/CAFTA_libre_version_ilustrada_e_infantil.pdf

¹⁴. Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador, tomado de Minec Serie de Documentos de Trabajo "Oportunidades de las MIPYMES en el TLC" [En línea], disponible en: <http://www.minec.gob.sv/media/downloads/Descargas/Estudio%20de%20Oportunidades%20MI PYMES.pdf>

¹⁵. Ídem

Hay que tener en consideración que a pesar que el Gobierno de El Salvador ha propuesto al CAFTA como un factor clave para reducir la pobreza, aumentar el crecimiento y la modernización de la economía salvadoreña, éste por sí solo no es capaz de lograrlo, ya que “los resultados son altamente susceptibles a los supuestos teóricos y a los métodos empíricos y dependen de la capacidad de la economía de facilitar con éxito los cambios y la reestructuración de la economía que dicho acuerdo desencadenará”¹⁶.

Consecuentemente, el gobierno salvadoreño ha hecho hincapié que para poder ser competitivos con los demás productos extranjeros, los productos nacionales de exportación deben contar con un valor agregado para tener mejor calidad y cumplir con los estándares internacionales, de ahí la necesidad de proveer redes e instituciones de apoyo para las PYME¹⁷, específicamente para las exportadoras.

2.3 Instrumentos de apoyo a las PYME en el marco del CAFTA

En el país se han creado una serie de instituciones que brindan a las PYME la asistencia técnica requerida, en temas como la calidad y productividad, apoyándolas en la mejora de su competitividad. Ante la presencia del CAFTA, se identificó la necesidad de contar con programas que le permitan a las PYME establecer una estrategia con la cual puedan afrontar los retos que se les presenten.

Desde 1996 se creó en el país la Comisión Nacional para la Micro y Pequeña empresa (CONAMYPE) supeditada a la Vicepresidencia de la República, pero en 1999 con la gestión de Francisco Flores, ésta se convirtió en una entidad adscrita al Ministerio de Economía. A partir del año 2000 se comenzó a ejecutar la Política Nacional de apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (PNAMYPES).

¹⁶. CAFTA-RD: Desafíos y oportunidades para América Central, Departamento de América Central y Oficina del Economista Jefe Región de América Latina y el Caribe.

¹⁷. En teoría, las redes de apoyo pueden facilitar la articulación de los procesos productivos, permitiendo aprovechar las economías de escala y generando un mayor valor agregado.

Entre los programas que promueve el Gobierno para este fin destaca el Fondo de Fomento a la Exportación (FOEX), el cual es un programa del Ministerio de Economía que ofrece co-financiamiento no-reembolsable para actividades orientadas a fomentar el desarrollo de las exportaciones de la pequeña y mediana empresa. Adicionalmente, se fundaron las Líneas de Fondo de Asistencia Técnica (FAT), la cual nace del esfuerzo de CONAMYPE en julio de 2001, con el fin de proporcionar herramientas de producción y administración que permitan a las PYMES desarrollar y garantizar el cumplimiento de los estándares exigidos en mercados extranjeros. A la vez facilita información de la demanda de productos en mercados internacionales y todo lo referente al proceso de exportación.

Así mismo, La Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) en asociación con FUNDES internacional, crean la Fundación para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FUNDAPYME), la cual da asesoramiento, apoyo en la participación de ferias regionales e internacionales y apoyo al Ministerio de Economía, en la elaboración de posibles propuestas de políticas enfocadas al desarrollo y fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas de El Salvador.

Paralelamente, empresas individuales, cámaras y asociaciones participaron en iniciativas de apoyo a las MIPYME entre las cuales se destacan: la Asociación Salvadoreña de industriales (ASI) y el Comité Nacional de Microempresarios Salvadoreños. En el plano financiero, sobresale el trabajo de CONAMYPE, del BMI y otras entidades que trabajando conjuntamente con la cooperación internacional, contribuyeron al fortalecimiento técnico y capacitación orientada hacia dicho sector.

Actualmente se está tratando de cubrir a ciertos aspectos que las instituciones de apoyo a las PYMES no brindaban, con el fin de mejorar la competitividad de este sector. Instituciones como la Cooperativa de Exportadores (COEXPORT), la Agencia de Promoción de Exportaciones de El Salvador (EXPORTA), el Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO), La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES), La ASI, entre otras,

están ampliando sus líneas de apoyo, promoviendo temas vitales como la innovación y tecnología, la calidad y la productividad, la asociatividad, el desarrollo de mercados, que en años anteriores no eran prioridad para este tipo de empresas.

3. PYMES, CAFTA y Género

A pesar de contar con numerosos programas e instituciones creados para brindar apoyo al desarrollo de la oferta exportable de las PYME, debe tomarse en cuenta que los resultados de éstos podrían tener diferencias según el sexo del propietario (a) de la misma.

Acorde a estudios realizados por Alma Espino a la Comisión Económica para América Latina (CEPAL,2005) existen características de la empresarialidad femenina que limitan a las mujeres de beneficiarse de la políticas públicas que el gobierno pone a la disposición de este sector. Dichas políticas, al ser neutrales con respecto al genero van dirigidas indistintamente a toda la población y no toman en cuenta las diferencias existentes entre empresas dirigidas por hombres y por mujeres. Sin embargo, las desigualdades de género persisten, lo que limita a las mujeres de la oportunidad de beneficiarse de las políticas de igual forma en la que lo hacen los hombres. Por este hecho es necesario conocer los obstáculos a los que se enfrenta la mujer empresaria y estudiar los impactos que las políticas económicas ejercen sobre el desarrollo de las empresas de este sector.

Cabe mencionar que el mundo empresarial se percibe como masculino, no solo porque la mayoría de empresarios son hombres, sino por la actitud que éstos tienen que tomar y asumir en el mercado. Esta actitud de la que se esta hablando incluye comportamientos, valores y practicas concretas que la cultura predominante identifica como masculinos.

La misma sociedad y su sistema de valores predominantes puede favorecer y limitar la competitividad de las empresas, en el caso de El Salvador con su sistema patriarcal de valores, da origen a la exclusión de las mujeres en la

economía cuando “se estereotipa una serie de rasgos de personalidad y conducta específicamente femeninos congruentes con el rol de la maternidad y funciones del cuidado del hogar y familia”¹⁸.

A diferencia de los hombres, los factores que mayormente impulsan a las mujeres a desarrollar un emprendimiento son fuerzas de “presión”¹⁹ y no de “empuje o motivación” (Espino, 2005). Así mismo, la mujer es generalmente ligada al trabajo reproductivo (doméstico) que no recibe remuneración alguna, por lo que ésta debe asumir tres roles simultáneamente: el de asalariada, el de ama de casa y el de trabajadora comunitaria.

Estudios empíricos ²⁰muestran la existente brecha entre hombres y mujeres en el trabajo, ya que se mantiene una división sexual del trabajo entre sectores de actividades. Las empresas propiedad de mujeres tienden a concentrarse en el comercio minorista y en los servicios. A su vez las empresas encabezadas por mujeres se dedican principalmente a actividades tradicionalmente femeninas como lo son los textiles, la confección y el diseño.

Así mismo, se debe tener presente que el perfil de los propietarios y propietarias de las PYME está representado mayoritariamente por hombres, con un nivel de escolaridad promedio alto, experiencia empresarial y con tendencia a valorar la capacitación y otros servicios de desarrollo empresarial. Es importante destacar que aunque este estudio no está enfocado a las microempresas, es necesario tomar en cuenta que las mujeres se concentran en este sector. Esto puede ser verificado al observar el perfil de los propietarios y propietarias de las microempresas, se trata principalmente de mujeres, con un bajo nivel de escolaridad promedio, escasa experiencia empresarial y poca asignación de valor a la capacitación, lo que provoca una limitación en el crecimiento y desarrollo de sus empresas.

¹⁸. Julia Evelin Martínez, (2005) “Los retos de la competitividad de la economía salvadoreña, desde una perspectiva de género” en ECA, (año LX No. 681-682 Numero monográfico. Julio-Agosto 2005), pp.598.

¹⁹. Debido a la carencia de ingresos para cubrir las necesidades del hogar, dificultad para ser activas en el mercado laboral, insatisfacción en previos trabajos, etc.

²⁰ Alma Espino, (2005) “Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género”, (CEPAL 2005).

Según diversos estudios realizados en América Latina “las empresas propiedad de mujeres son más pequeñas y de implementación más reciente que las empresas propiedad de hombres”²¹. La tendencia de las mujeres de concentrarse en empresas de menor tamaño se debe a la facilidad con la que accedan a éstas, pues presentan menores barreras en cuanto a requerimientos como los niveles de escolaridad, requisitos legales, capital, entre otros.

La falta de conocimientos en áreas como la gestión financiera, planeamiento, toma de decisiones y negociación, pueden ser un obstáculo para el desarrollo de estas empresas. Sin embargo es importante mencionar que según Valenzuela y Venegas (2002), las mujeres prefieren establecer su propio negocio, ya que los ingresos que perciben son mayores que los que obtendrían al ser un empleado u ocupado.

En el cuadro No.4 se puede apreciar como las empresas propiedad de mujeres varían de manera inversa al tamaño de la empresa.

Cuadro No. 4
El Salvador: Propietarios de MIPME por género

Tamaño de empresa	Mujeres	Hombres	Total
Microempresa	64%	36%	100%
Pequeña y Mediana	27%	73%	100%
Gran Empresa	10%	90%	100%

Fuente: Ministerio de Economía (2001) y FUNDAPYME (2002)

Adicionalmente de estos rasgos de la empresariedad femenina, los cuales dificultan que las empresas propiedad de mujeres desarrollen su capacidad productiva, la falta de perspectiva de género en las políticas de apoyo a las PYME podría estar excluyéndolas de sus beneficios. En El Salvador ninguna de las políticas e instrumentos encargados de ejecutar los programas de apoyo a

²¹. Weeks, J; Seiler (2001) “Actividad empresarial de la mujer en América Latina”. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2001).

este sector ha tomado en cuenta estas diferencias, lo cual provoca resultados desiguales que ponen en desventaja a las mujeres.

Para lograr establecer políticas para el desarrollo productivo con enfoque de género, es preciso que en la elaboración e implementación de las diferentes etapas de los programas o estrategias, se consideren diagnósticos basados en información cuantitativa y cualitativa. La primera en el sentido que se debe conocer y cuantificar el aporte económico de las mujeres, el grado de participación sectorial y el tamaño de la empresa, así como detectar las desigualdades en el acceso a los recursos productivos. Desde el punto de vista cualitativo, es necesario determinar los atributos que inciden en la actividad de las mujeres empresarias y en la fijación de sus objetivos tal como, el contexto cultural, institucional y legal, su participación en negocios tradicionales y en redes sociales.

Estas políticas e instrumentos deben contar con programas innovadores para el financiamiento tanto de deudas como de capital social. Asimismo, deben desarrollarse mejores prácticas sobre el acceso a iniciativas de mercados, tanto para hacer a las mujeres participes de las oportunidades que presentan las adquisiciones gubernamentales, como para alentar a las mujeres propietarias de empresa a exportar sus bienes y servicios. Los programas más exitosos de fomento productivo con enfoque de género tienen una característica en común: son iniciativas en las que colaboran varios sectores claves de la población, entre los que se pueden encontrar las dependencias de gobierno, las organizaciones no gubernamentales, así como las organizaciones de negocios de las mujeres, las cuales son muy escasas en el país.

Además de la situación mencionada anteriormente que debe ser enfrentada por la mayoría de mujeres (sino su totalidad), existen otros obstáculos de índole económica y no económica que las mujeres propietarias de PYME deben afrontar.

Dentro de los obstáculos no económicos se puede observar que las mujeres dedican menos tiempo al desarrollo de su empresa debido a las responsabilidades familiares con las que tiene que cumplir (los hombres no

sufren esta clase de dificultades). Otro aspecto es la división genérica del trabajo, “la diferencia entre hombres y mujeres es bien marcada en lo que atañe a compatibilizar la actividad empresarial con la organización administrativa del hogar y la educación de los hijos”²². Estas mismas responsabilidades familiares también dificultan, en cierta medida, el acceso que puedan tener las mujeres a la capacitación, lo cual podría ser un obstáculo para alcanzar un mayor nivel de competitividad. La falta de conocimientos técnicos y de destrezas especializadas para trabajar en proyectos específicos, lleva a las mujeres a bajos niveles de productividad, ya que realizan sus procesos de una manera más artesanal, lo que provoca una reducción en su potencial.

Uno de los obstáculos económicos más grande que se presenta es el acceso al crédito, ya que la mujer es vista como un individuo de mayor riesgo consecuencia de los bajos niveles de productividad y obtención de recursos (menor nivel de ingresos femeninos).

Los obstáculos al desempeño empresarial que parecen estar más asociado a las características femeninas es la actitud que limita la asunción de riesgos. Sin embargo, si deciden afrontar el riesgo se enfrentan con varios obstáculos externos, tales como la falta de credibilidad y la falta de disponibilidad de capital para cubrir las necesidades de expansión.

Las estadísticas muestran que la participación femenina disminuye a medida que aumenta el nivel de productividad, y ésta es una de las razones que podría influir para que las PYME propiedad de mujeres tengan una mayor dificultad de mejorar sus niveles de productividad y competitividad, obstruyéndoles el camino de convertirse en una PYME exportadora.

Pese a esto, en los últimos años la participación de las mujeres en la actividad económica ha crecido sostenidamente, o sea, su aporte económico ha cobrado cada vez más importancia fuera del ámbito de la reproducción social. Por lo tanto, muchas mujeres no son solamente empleadas u ocupadas, sino han pasado a ser empleadoras. Sin embargo, las diferencias de género han

²². SEBRAE, 1996; Espino y Dornel, 1999, tomado de Espino, A. “Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género”, (CEPAL 2005).

subsistido, las PYME propiedad de mujeres, apenas “representan el 27% del total de propietarios de empresas de este sector”²³. En consecuencia este sector sigue siendo afectado negativamente en su acceso a la independencia económica y la autonomía.

Por lo mencionado anteriormente, es necesario realizar estudios acerca de las PYME exportadoras desde una perspectiva de género, lo cual conducirá por una parte a conocer los obstáculos a los que se enfrentan hombres y mujeres propietarios de empresas que dificultan el desarrollo de su oferta exportadora, y por otra, a identificar aquellos obstáculos que impiden a empresas propiedad de mujeres beneficiarse de instrumentos y políticas públicas que apoyan al sector.

²³. Ministerio de Economía (2001) y FUNDAPYME (2002)

CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN DE LAS PYME EXPORTADORAS SALVADOREÑAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO.

En este capítulo se analizará el desempeño de las PYME exportadoras tanto desde la perspectiva de los y las empresarios/as exportadores, como desde las instituciones que brindan apoyo a este sector. Por otra parte, se describe la experiencia internacional de PYME exportadoras exitosas para poder identificar su perfil y compararlas con el de las salvadoreñas. Finalmente, se detallan una serie de conclusiones derivadas del estudio de campo y de la experiencia internacional.

1. Caracterización de las PYME exportadoras salvadoreñas.

1.1 Aspectos metodológicos

Para definir el perfil de las PYME exportadoras salvadoreñas junto a sus principales características, obstáculos y necesidades a los que deben enfrentarse y así determinar si existe un sesgo de género en las limitaciones al desarrollo de la oferta exportable de las mismas, se efectuó un trabajo de campo en el cual se encuestaron a un total de 20 PYME exportadoras del Área Metropolitana de San Salvador pertenecientes al sector industrial, de las cuales 10 son propiedad de hombres y 10 de mujeres.

La lista de empresas seleccionadas se obtuvo a partir de beneficiarios del programa de apoyo a las exportaciones FOEX. Posteriormente, se concertaron citas con propietarios y altos directivos de dichas empresas, permitiendo observar de forma directa al objeto de estudio y recopilar testimonios que se confrontaran con la teoría investigada tanto a nivel nacional, como con la

experiencia internacional de países latinoamericanos. Cabe destacar que el 90% de las empresas se encuentran exportando actualmente y el 10% restante tiene el deseo de hacerlo.

Adicionalmente, se realizaron entrevistas al 60% de las empresas propiedad de mujeres; para profundizar y conocer más sobre la empresarialidad femenina, lo que aportará al análisis con enfoque de género.

También se entrevistó a un total de siete personas que laboran en diferentes entidades que promueven y apoyan la exportación, lo que dará una perspectiva de estas instituciones sobre el desempeño de las PYME exportadoras.

1.2 Presentación de resultados del estudio.

1.2.1 El desempeño de las PYME exportadoras desde la perspectiva de los y las empresarios(as).

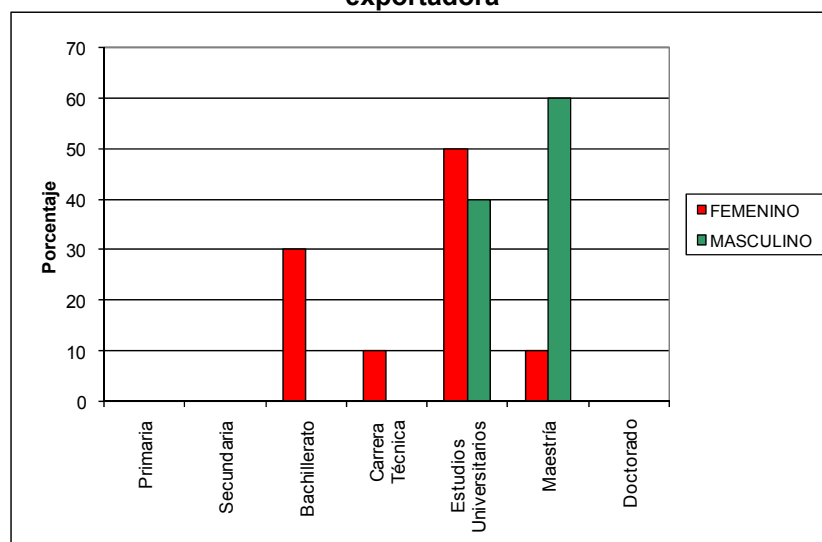
El estudio de campo realizado en base a encuestas, se dividió en dos partes generales: las características personales de los y las empresarios(as) y las características de las empresas. En el ámbito personal se identificó que en promedio el 75% de los propietarios hombres y mujeres se encuentran casados. Adicionalmente se observó que el 30% de los hombres no tienen hijos, mientras que las mujeres solamente un 10% no los tienen. Esto evidencia que existe una mayor propensión de mujeres empresarias a tener hijos, lo que interfiere en su desempeño laboral²⁴.

Cabe resaltar que existe una marcada diferencia entre el nivel de escolaridad femenino y masculino. Para el caso de los hombres el nivel universitario es el mínimo, 40%, y el resto alcanza un grado de especialización. En cuanto a las mujeres, a pesar que la mitad tienen estudios universitarios, el 30% mencionó que su educación llega hasta bachillerato. Los hombres cuentan con una mejor

²⁴. El 50% de las mujeres encuestadas tiene por lo menos dos hijos.

preparación académica que las mujeres para enfrentar los retos y obstáculos que conlleva el proceso de exportación.

Gráfico No. 3
El Salvador: Nivel de Escolaridad atendido por propietarios y propietarias de PYME exportadora



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, el idioma no es un obstáculo ya que el 80% de los y las propietarios(as) dominan otro idioma además del castellano. Existe una diferencia del 9% entre hombres y mujeres que hablan inglés, a favor de los hombres. No se desestima que ésta sea una herramienta muy valiosa para que las empresas puedan ingresar con ventajas al mercado norteamericano y aprovechar las oportunidades que el CAFTA ofrece.

Además, se encontró que el 60% de las empresas propiedad de mujeres son pequeñas comparado con un 30% de empresas propiedad de hombres en este sector, la mayoría de las empresas propiedad de hombres son medianas. Este resultado está de acuerdo con la teoría de que las mujeres se van rezagando en las empresas que tienen menor desarrollo, y en la medida aumenta el tamaño de la empresa, el número de mujeres disminuye.²⁵

²⁵. Este tipo de comportamiento se generaliza también a nivel de empresas exportadoras.

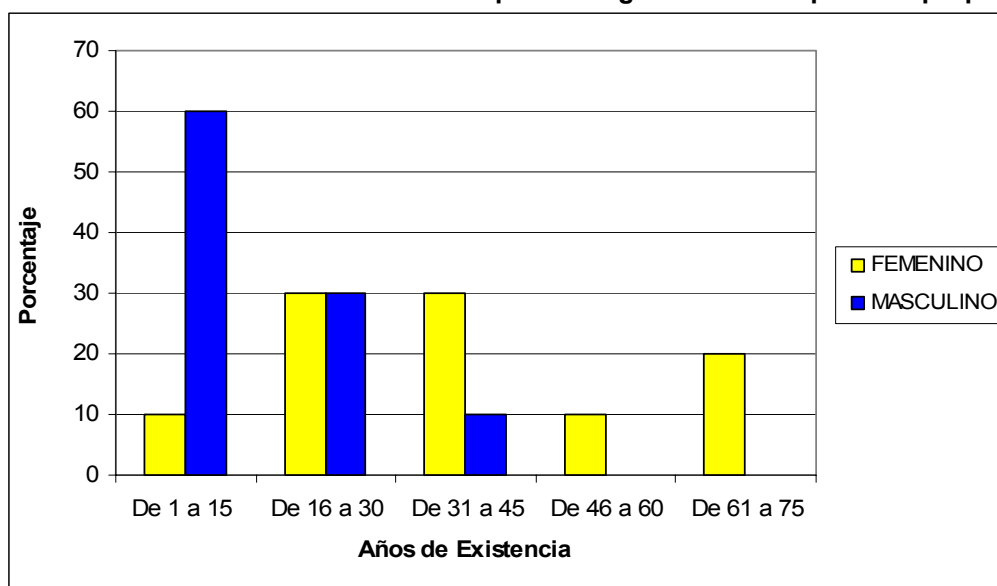
El grado de formalidad (pago de IVA, AFP, ISSS, etc.) no varía sustancialmente entre una empresa PYME exportadora propiedad de mujer que una de hombre, esto es debido a que las empresas exportadoras deben proyectar una imagen de solidez que les permitan ser partícipes en los negocios internacionales.²⁶

Un dato importante que se logró obtener es que en las PYME propiedad de mujeres la participación femenina con respecto al número de empleados es mayor que la masculina. No obstante, en el caso de los hombres existe una leve diferencia, puesto que se emplean más trabajadores masculinos que femeninos, lo cual podría corresponder al rubro de empresas que son manejadas por hombres. Por otra parte, es interesante mencionar que en las empresas medianas propiedad de hombres, se contrata más personal femenino (30%) que masculino.

Existe una amplia diferencia entre los años de existencia de una PYME propiedad de hombre que propiedad de mujer. Mientras que para los empresarios la mayor parte de empresas se concentran en años recientes de fundación, para las empresarias las firmas poseen una mayor antigüedad, algunas alcanzan el rango entre 61 a 75 años.

²⁶. Este escenario es diferente en el caso de las empresas no exportadoras, en las cuales a menor tamaño de la empresa, menor grado de formalidad.

Gráfico No. 4
El Salvador: Años de existencia de las empresas según sexo de la persona propietaria



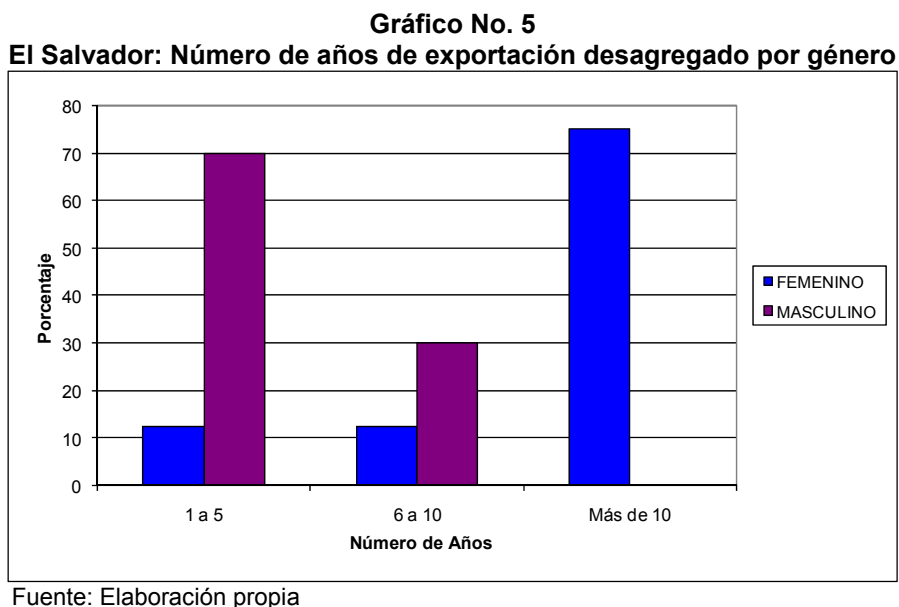
Fuente: Elaboración Propia

Se constata que el 75% de las empresas propiedad de mujeres tienen más de 10 años exportando, en cambio, el 70% de las empresas de hombres llevan exportando durante un período menor a los 5 años. A simple vista pareciera que a mayor antigüedad de fundación de una empresa, mayor tiempo de estar exportando, caso que predomina en las empresas propiedad de mujeres.

Sin embargo, considerando la relación de años de encontrarse exportando sobre la antigüedad de fundación de las empresas, se obtiene que, en el caso de las PYME propiedad de mujer el porcentaje de exportación con respecto a los años de existencia es de 41%, en el caso de PYME propiedad de hombre, esta razón es inferior únicamente en un 4% comparado con las de mujeres. Claramente se observa que a las empresarias les toma más tiempo empezar el negocio exportador que a los empresarios; una de las razones que ha influido en esta tardanza, es el rol que la mujer debe desempeñar como madre y educadora; la mayoría se encontraban con hijos muy pequeños al inicio de sus negocios, lo cual les impedía asignar el tiempo y energía necesaria para incursionar más temprano en las exportaciones. En cambio, los hombres al tener menor responsabilidad en el hogar, les permiten un mejor

aprovechamiento de la oferta de servicios disponible para el desarrollo de la exportación.

En la actualidad muchas de las empresas reflejan un perfil de negocio orientado hacia el mercado externo desde el inicio de sus actividades. Las empresas que pertenecen a hombres son las más recientes y han tardado menos tiempo en exportar²⁷.

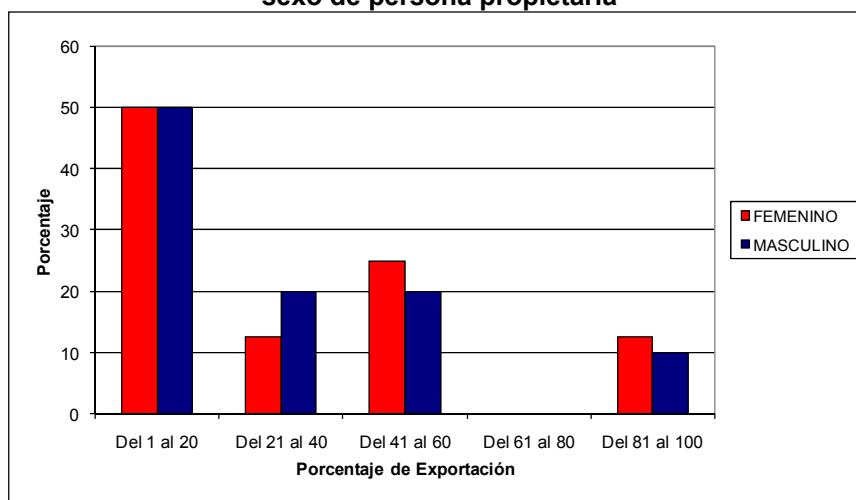


En relación al porcentaje de la producción que se destina a la exportación, tanto las empresas de propiedad de hombres como las de mujeres presentan proporciones similares. En ambos casos, la mitad de las empresas destina menos del 20% del total de su producción al mercado externo. Asimismo, para ambos, únicamente un 12% del total destina más del 80% de su producción para la comercialización externa. Una de las posibles causas de este resultado es que las empresas no cuentan con el suficiente capital de trabajo o capacidad instalada para poder abastecer simultáneamente la demanda interna y externa.

²⁷. A pesar que las empresas propiedad de mujer tienen más tiempo de existir, no se refleja una marcada diferencia entre los años que llevan exportando las empresas de hombre con respecto a las de mujer.

Esto concuerda con la apreciación que tienen las instituciones que brindan apoyo para las empresas exportadoras.²⁸

Gráfico No. 6
El Salvador: Porcentaje de la producción destinado a la exportación de las empresas por sexo de persona propietaria



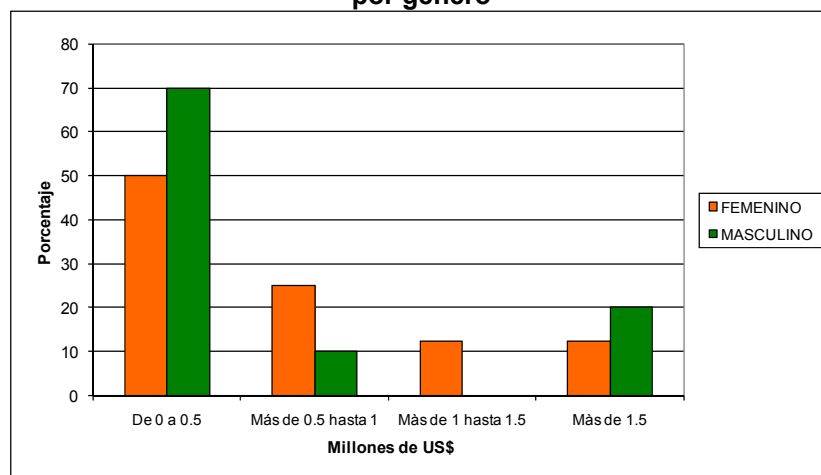
Fuente: Elaboración propia

A medida aumentan los montos de exportación, las empresas en dichas categorías se reducen tanto para empresas propiedad de hombres como de mujeres. La diferencia de los montos de exportación de PYME propiedad de hombre y de mujer se reduce en la medida que incrementan las ventas de exportación.

El hallazgo anterior es congruente con el que una gran parte de PYME exportadoras, destina la mayor parte de su producción para el mercado nacional. Relacionado con ésta característica, se observó que más de la mitad de los hombres propietarios de PYME está generando ventas locales mayores a los 1.5 millones de dólares, a diferencia de las empresarias que únicamente el 14% reportó los mismos resultados.

²⁸. Este criterio también se encuentra relacionado con el acceso al financiamiento para la ampliación de la producción.

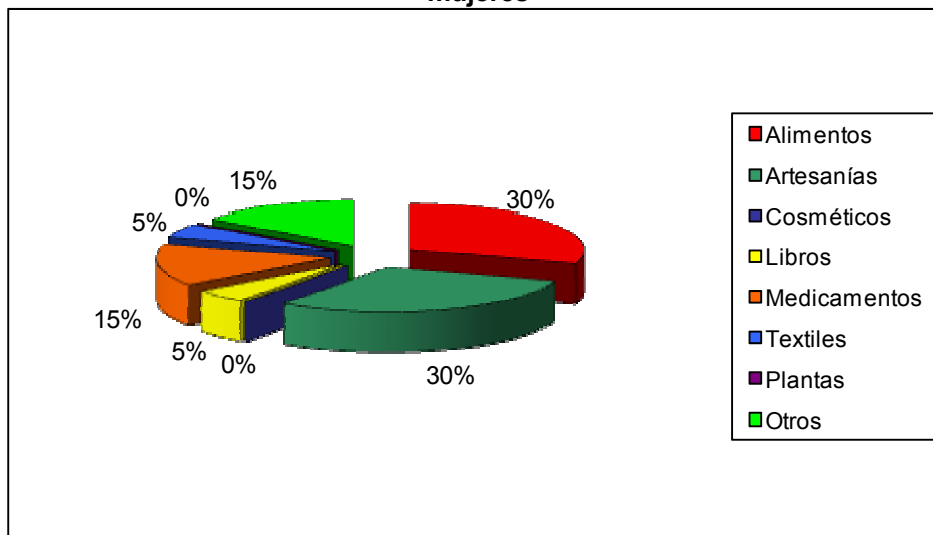
Gráfico No. 7
El Salvador: Monto anual aproximado de exportaciones de las empresas desagregado por género



Fuente: Elaboración propia

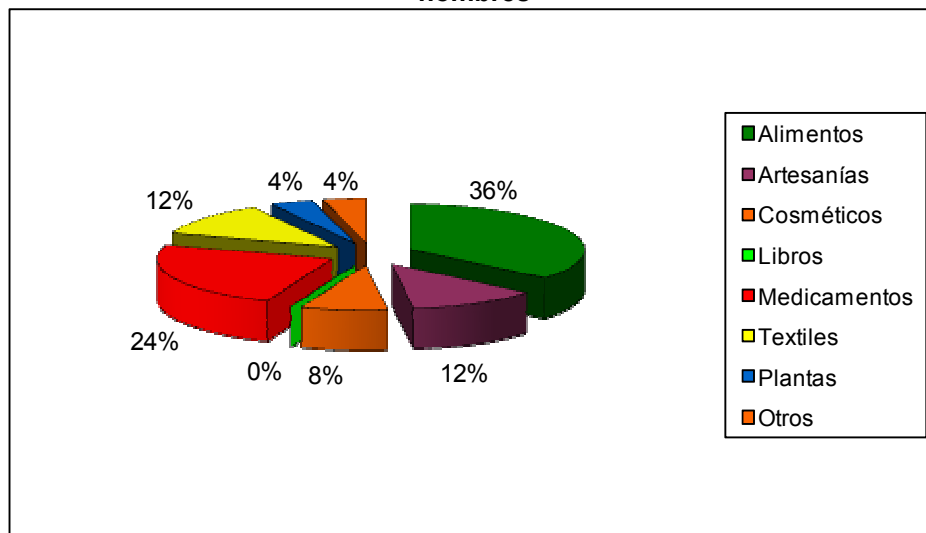
Los principales productos que se están colocando en los mercados internacionales son: alimentos, artesanías y medicamentos. Los alimentos son el principal producto de exportación para hombres y mujeres propietarias de PYME. Los siguientes productos en importancia para las mujeres se concentran en artesanías y medicamentos, mientras que para los hombres son los medicamentos y textiles. Aparte de los alimentos, las actividades realizadas por los propietarios de PYME exportadoras tienen mayor complejidad que las expresadas por las propietarias. Se observa que en el caso de las mujeres hay una mayor tendencia a dedicarse a actividades calificadas socialmente como femeninas.

Gráfico No. 8
El Salvador: Principales Productos de Exportación de las Empresas propiedad de mujeres



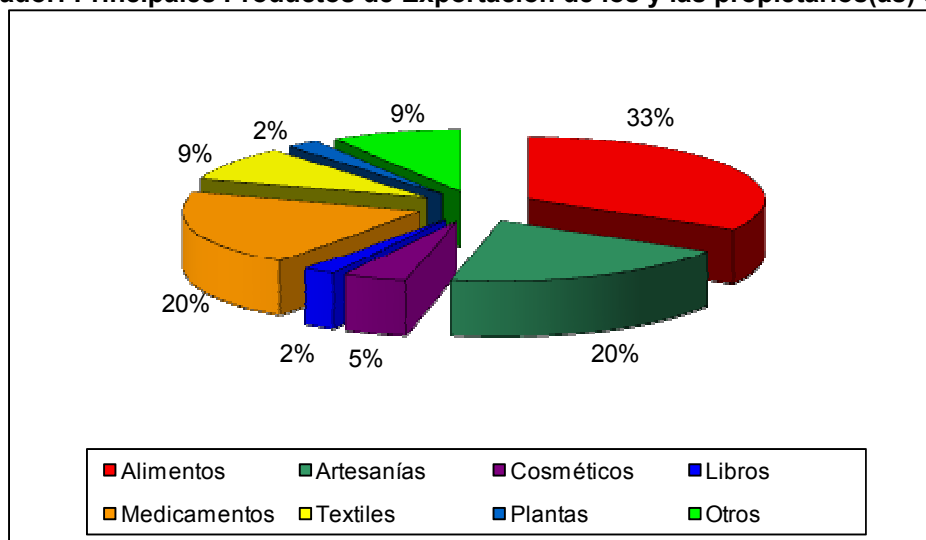
Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 9
El Salvador: Principales Productos de Exportación de las Empresas propiedad de hombres



Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 10
El Salvador: Principales Productos de Exportación de los y las propietarios(as) de PYME

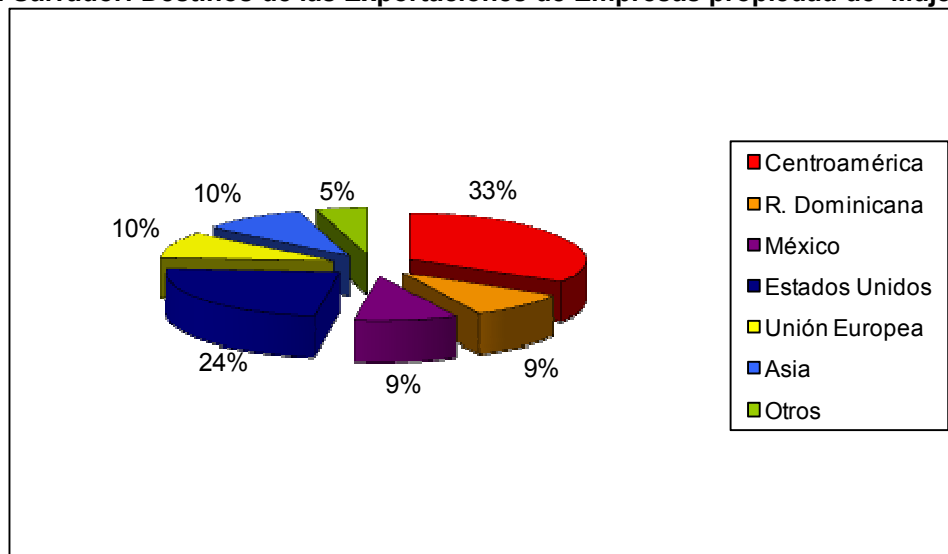


Fuente: Elaboración propia

Un aspecto a mencionar son los principales destinos de exportación de los productos. El principal destino de las empresas que pertenecen a mujeres es Centro América, en contraste con las empresas propiedad de hombres, cuyo principal mercado es Estados Unidos. Esto se podría atribuir a los altos estándares de calidad exigidos para ingresar a este último mercado y que para alcanzarlos es necesaria una inversión en maquinaria, certificaciones de calidad entre otras, lo cual implica un riesgo financiero al que la mayoría de las mujeres son adversas.²⁹ Otros de los destinos de exportación son República Dominicana, México y la Unión Europea. A pesar de que se han firmado tratados de libre comercio con los dos primeros países, el porcentaje de productos exportados a estos destinos es bajo.

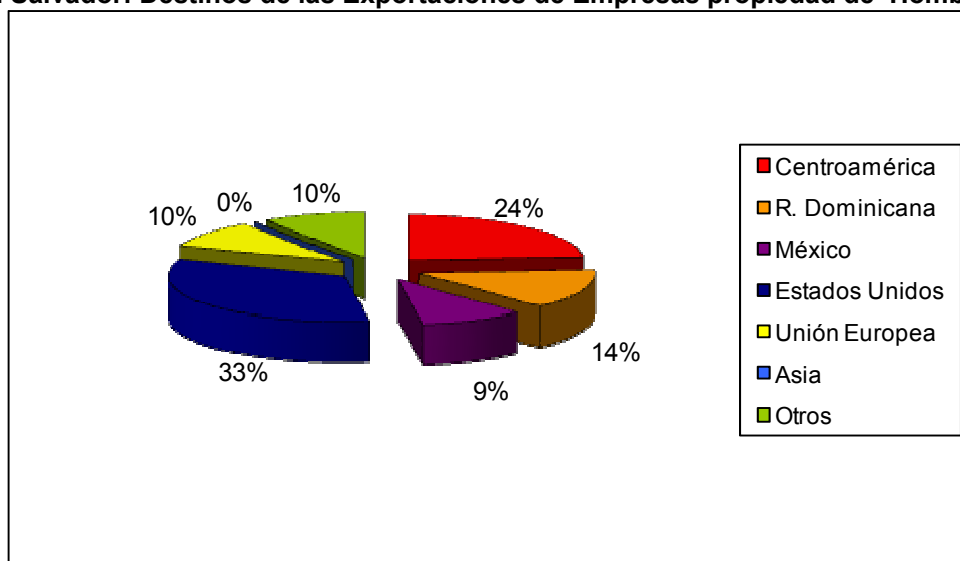
²⁹. Alma Espino, (2005) "Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género", (CEPAL 2005).

Gráfico No. 11
El Salvador: Destinos de las Exportaciones de Empresas propiedad de Mujeres



Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 12
El Salvador: Destinos de las Exportaciones de Empresas propiedad de Hombres

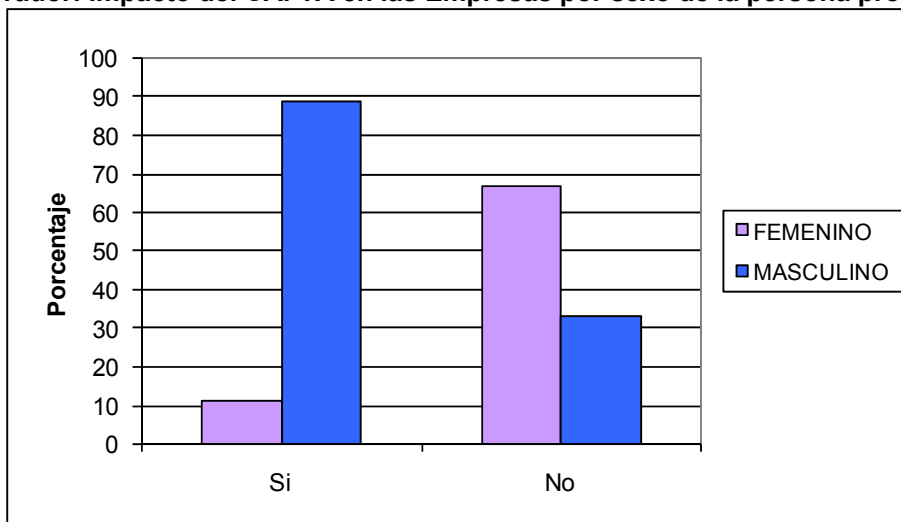


Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, uno de los temas centrales del estudio fue el impacto que ha ejercido en las empresas la entrada en vigencia del CAFTA. La mayoría de empresas que exportan a Estados Unidos pertenecen a hombres, éstos afirman

que el CAFTA si tuvo un impacto en sus exportaciones, mientras que las mujeres afirman que dicho tratado no ha tenido un impacto significativo dentro de sus exportaciones.

Gráfico No. 13
El Salvador: Impacto del CAFTA en las Empresas por sexo de la persona propietaria



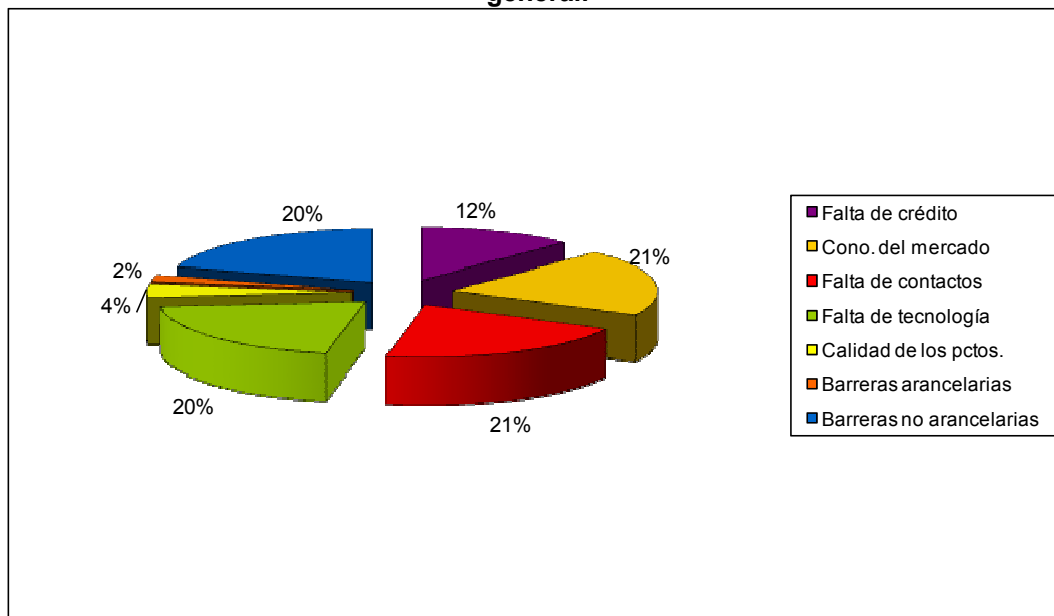
Fuente: Elaboración propia

Los principales efectos derivados de la entrada en vigencia del CAFTA, han sido: mayor competencia, aumento en las exportaciones y disminución en los precios de los insumos. Las propietarias de PYME exportadora se inclinan más por los dos primeros impactos, mientras que los hombres por los últimos dos.

Otro aspecto importante son los obstáculos a los que deben enfrentarse los y las propietarios(as) de PYME a la hora de exportar, entre los principales se encuentran barreras de tipo no arancelarias³⁰, falta de contactos, de información sobre los mercados extranjeros y acceso a la tecnología. Sin embargo, no se menciona la falta de financiamiento como uno de los problemas fundamentales que incide en el desarrollo de su oferta exportable.

³⁰. Hace referencia a requerimientos, permisos, entre otros.

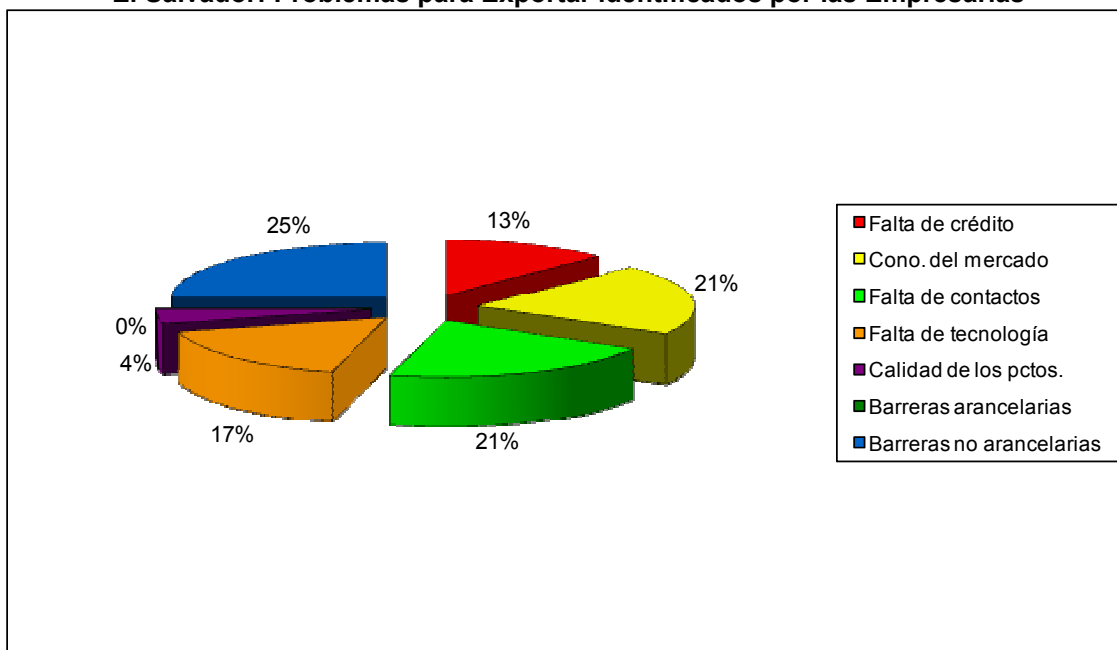
Gráfico No. 14
El Salvador: Problemas para Exportar identificados por los y las Empresarios(as) en general.



Fuente: Elaboración propia

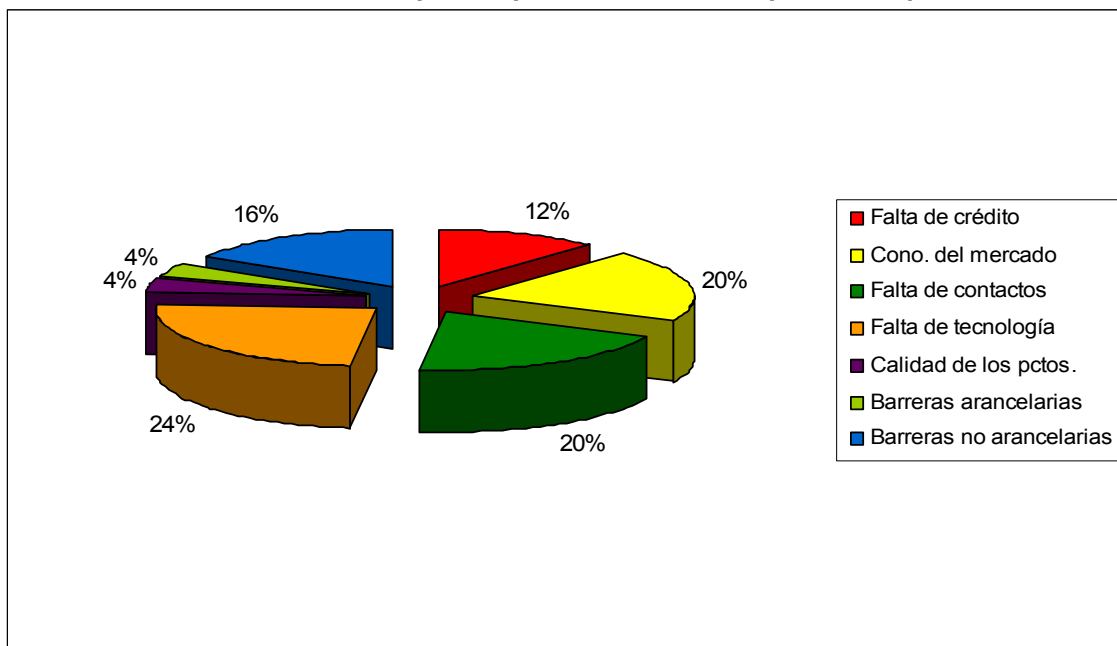
Es importante mencionar que la limitante de estos problemas varía según el sexo del propietario. Para las mujeres el problema más importante lo constituye las barreras no arancelarias y para los hombres es el acceso a la tecnología. Este resultado refuerza el hallazgo anterior en donde se tiene la idea que los hombres propietarios de PYME le dan mayor importancia a la tecnificación de sus procesos que las mujeres.

Gráfico No. 15
El Salvador: Problemas para Exportar identificados por las Empresarias



Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 16
El Salvador: Problemas para Exportar identificados por los Empresarios



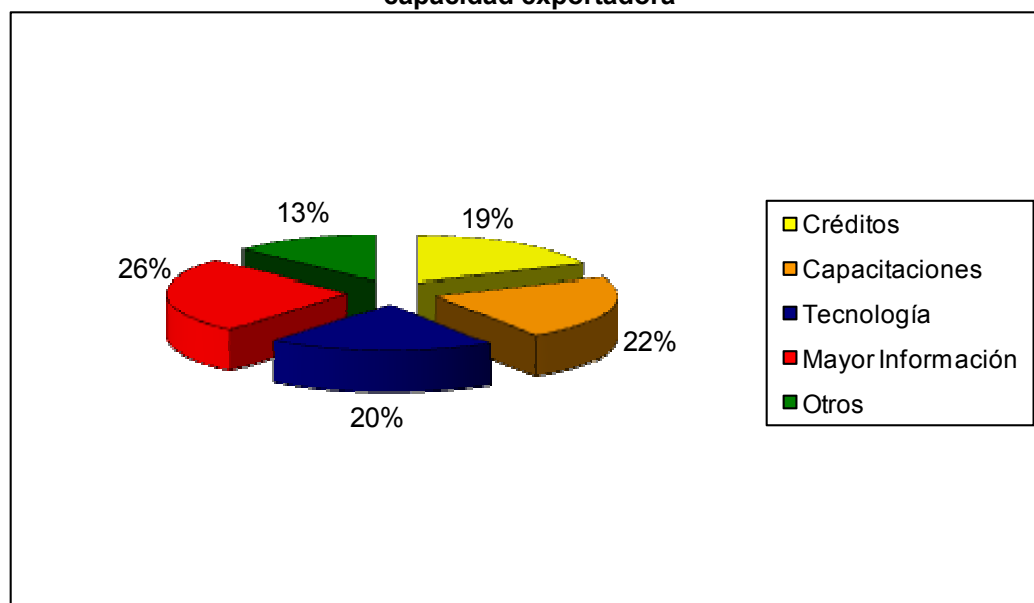
Fuente: Elaboración propia.

En este mismo contexto, se observó cuáles son las necesidades más importantes para los y las empresarios(as). En general, afirman que la mayor necesidad radica en tener mayor acceso a la información. En segundo lugar se encuentran las capacitaciones. Sin embargo, en el caso de las mujeres, otra necesidad es el acceso a la tecnología, a diferencia de los hombres que como necesidad adicional tienen el acceso al crédito.

Lo anterior comprueba que existe una brecha tecnológica entre hombres y mujeres, en donde las mujeres se encuentran en desventaja. El menor dominio de la tecnología por parte de mujeres empresarias, dificulta alcanzar un mayor grado de complejidad en la producción de bienes.

De esta manera, se puede inferir que no existe una completa coherencia entre las necesidades de los y las empresarios(as) con los problemas que éstos se deben enfrentar, ya que se deja de lado la falta de acceso a capacitaciones, la importancia del acceso al crédito y la misma relevancia, tanto a hombres como mujeres, para el acceso a la tecnología.

Gráfico No. 17
El Salvador: Necesidades identificadas por los y las empresarios(as) para desarrollar su capacidad exportadora



Fuente: Elaboración propia

Existen diferentes instituciones que apoyan a las PYME ya sea para iniciar su proceso de exportación o para seguir desarrollándolo³¹. De todas las instituciones actualmente existentes, los y las empresarios(as) manifestaron que FOEX y COEXPORT son las que más apoyo les han brindado, además el servicio que éstas ofrecen es catalogado por sus beneficiarios como eficiente en un 46% y de una constante asistencia por un 17%, no obstante con procesos burocráticos.

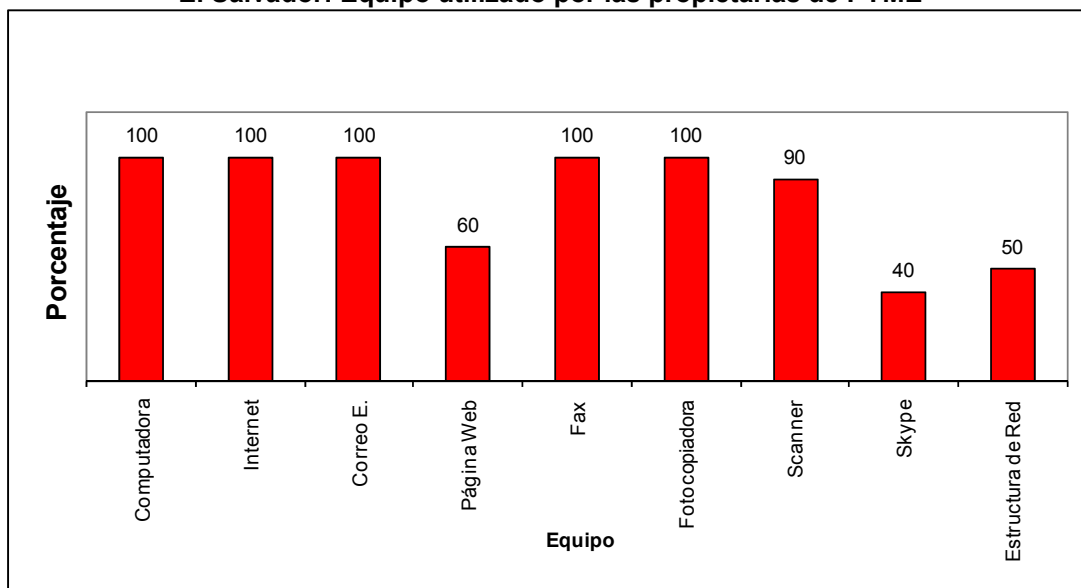
En el caso de las empresas que pertenecen a mujeres el apoyo recibido se enfoca mayoritariamente a capacitaciones y a información sobre ferias, mientras que a los empresarios el mayor apoyo se dirige al financiamiento de viajes comerciales y de capacitaciones.

Las empresarias que manifestaron asistir a ferias para promocionar sus productos, pudieron hacerlo porque cuentan con empleadas domésticas que se encargan de las responsabilidades del hogar en su ausencia. Adicionalmente, los hijos ya no les impiden realizar estos viajes de negocios, ya que tienen la edad suficiente para poder ser independientes. Sin embargo, esta situación no es generalizada para todas las mujeres. Adicionalmente, muchas de las mujeres no pueden desligarse del rol que se les asigna como “ama de casa”, ya sea por voluntad propia o por el temor de ser socialmente mal calificadas. En cambio, otras empresarias pueden promocionar sus productos en misiones en el exterior ya que cuentan con personal encargado de los negocios internacionales, que son los delegados a asistir a estas ferias.

Debido a los requerimientos que implica la inserción a la globalización, las PYME exportadoras encuestadas tanto propiedad de hombres como de mujeres, cuentan con las herramientas que les facilitan sus procesos de comercialización, tales como: fax, fotocopidora, Internet y correo electrónico. Las PYME propiedad de hombres poseen una leve ventaja, de un 40%, en cuanto a la promoción de sus productos que realizan por medio de páginas Web.

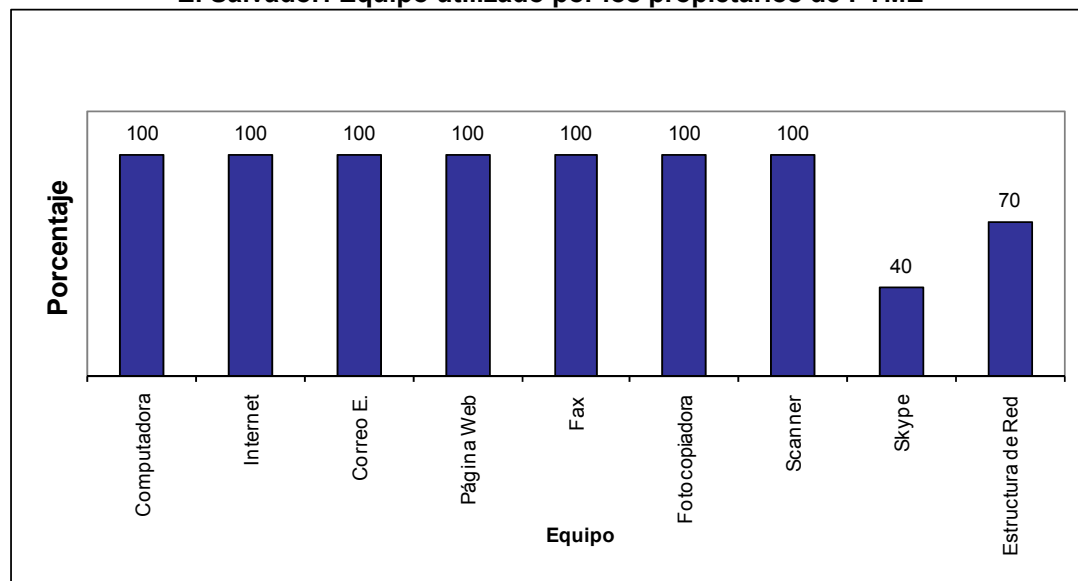
³¹. Dado que la muestra se obtuvo por medio de una de estas instituciones, el 100% de los y las empresarios(as) ha recibido alguna clase de apoyo por parte de éstas.

Gráfico No. 18
El Salvador: Equipo utilizado por las propietarias de PYME



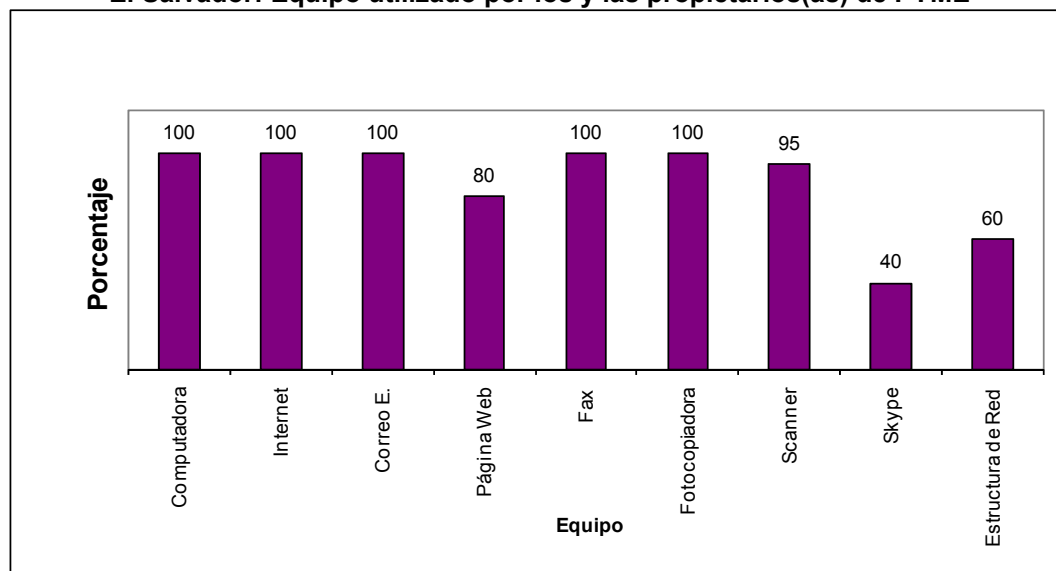
Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 19
El Salvador: Equipo utilizado por los propietarios de PYME



Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 20
El Salvador: Equipo utilizado por los y las propietarios(as) de PYME



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en relación al tema de género, el 80% de los y las encuestadas expresan que no existe diferencia alguna entre los problemas que enfrentan a la hora de exportar. Ambos piensan que en el ámbito empresarial compiten con las mismas oportunidades o desafíos. Es necesario aclarar que la mayoría de las mujeres están consientes que el rol que desempeñan requiere de un mayor esfuerzo para poder dirigir una empresa, no obstante, no logran relacionarlo con el rezago que sus empresas tienen (en comparación a las de propiedad de hombres) para lograr desarrollar con continuidad y efectividad su oferta exportable.

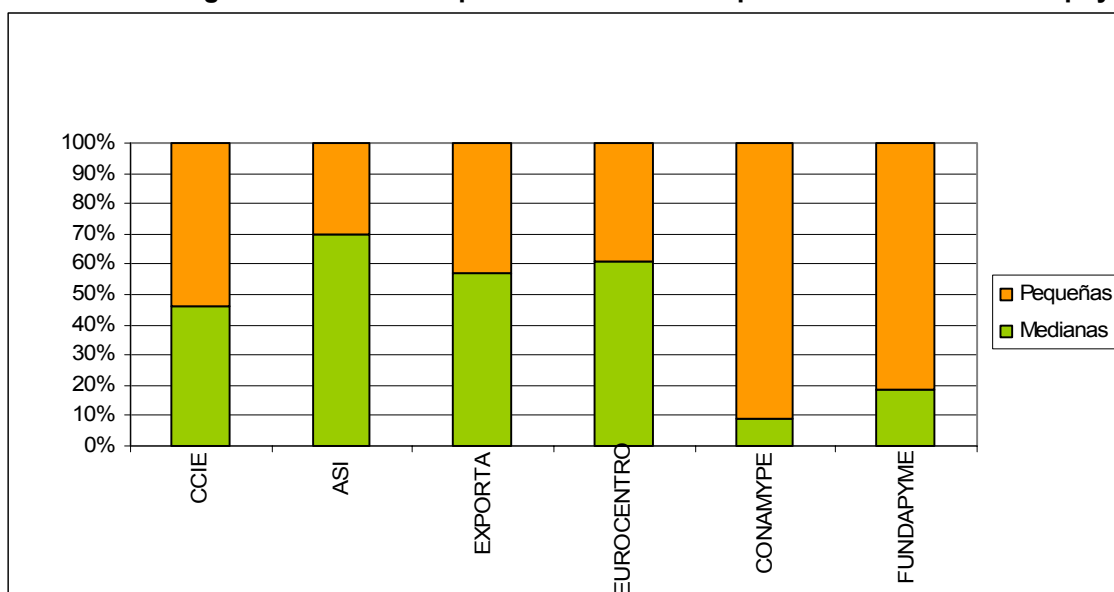
1.2.2 El desempeño de las PYME exportadoras desde la perspectiva de las instituciones de apoyo.

Las instituciones que brindan apoyo a las PYME exportadoras son importantes en el desarrollo de las mismas, por eso es necesario tomar en cuenta la perspectiva de dichas instituciones sobre los factores que influyen en el desempeño de las PYME exportadoras. Estas difieren en la cobertura que logran brindar a éste sector, pero se puede decir que en promedio, logran

atender unas 2,000 pequeñas y medianas empresas por institución a nivel nacional. De las PYME que son atendidas, aproximadamente un 44% son exportadoras³².

De acuerdo al gráfico 21, en su conjunto la oferta de servicios de desarrollo para las PYME exportadoras que prestan las instituciones de apoyo entrevistadas, se encuentra repartida entre pequeñas y medianas empresas. No se puede afirmar que las empresas que reciben más apoyo pertenecen al segmento de la pequeña o mediana empresa, pues esto varía de acuerdo a la institución que los atiende³³.

Gráfico No. 21
El Salvador: Segmento de PYME exportadoras atendidas por las instituciones de apoyo



Fuente: Elaboración propia

En su mayoría las instituciones encuestadas no llevan registros de los beneficiarios por sexo. Únicamente tres entidades pudieron dar un dato estimado, dos de las cuales, CCIES y FOEX mencionan que un 85% de los beneficiarios son hombres y solamente un 15% son propiedad de mujeres. La

³². Se ha trabajado con cantidades estimadas, en algunos casos se presentó que en unas instituciones no manejan cifras que contengan este criterio.

³³ En este caso, el FOEX no maneja datos sobre el sector perteneciente de las empresas a las cuales brindan apoyo.

tercera entidad FUNDAPYME menciona que aproximadamente 56% son empresas propiedad de mujeres y 44% de hombres.

De acuerdo a la información proporcionada por las personas entrevistadas, se puede inferir que el acceso de hombres y mujeres a la oferta de servicios de estas entidades presenta asimetrías desde la perspectiva de género. Se puede constatar que las empresas propiedad de hombres están obteniendo mayor apoyo de las diferentes instituciones que las mujeres, lo cual no responde a una acción deliberada, o consciente de las instituciones de dirigir sus servicios a los hombres o bien a no atender a las mujeres. Más bien, responde al hecho de que los instrumentos de desarrollo están diseñados para atender a las empresas con mayor potencial de desarrollo de la oferta exportadora, las cuales se ajustan más al perfil de las empresas propiedad de hombres. En otras palabras, el diseño neutral al género de los instrumentos de apoyo, hace que de manera involuntaria que las empresarias se queden rezagadas en cuanto al acceso y beneficios de los instrumentos de apoyo ofertados.

A excepción de una institución, se logró un consenso entre las demás entidades encuestadas acerca de los principales problemas de las PYME exportadoras como de las que tienen potencial exportador, siendo estos el financiamiento y la información acerca del mercado meta. Otros problemas que afectan el desempeño de éstas empresas, y que en consecuencia deben ser enfrentados, son los siguientes en orden de importancia:

- Calidad e innovación del producto
- Falta de asesoría y asistencia técnica adecuada
- Apoyo institucional desarticulado
- Escasa estrategia de mercado
- Poca cultura exportable.

La falta de información y las barreras no arancelarias (innovación en el producto, altos estándares de calidad, entre otros) son obstáculos identificados por las instituciones de apoyo que también coinciden con los que fueron identificados por los propietarios y propietarias de las PYME que exportan o desean hacerlo.

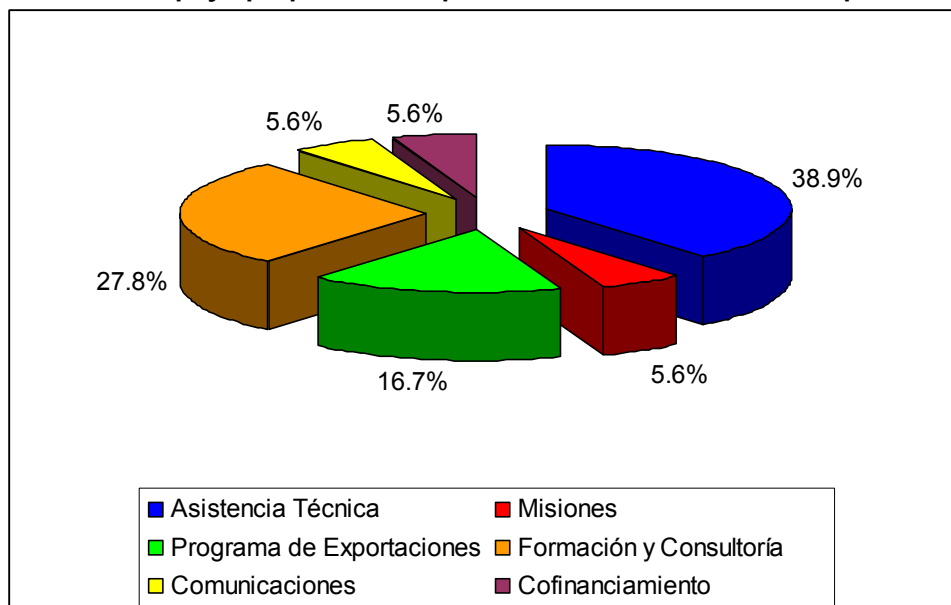
Por otra parte, siempre en opinión de las instituciones entrevistadas, la capacidad instalada también necesita más apoyo, lo cual a su vez requiere de una expansión derivada de una fuente de financiamiento (que a su vez es identificado como uno de los obstáculos a enfrentar por empresarios y empresarias de PYME exportadoras). Asimismo, estas empresas necesitan más apoyo en lo que respecta a mejoras en la organización administrativa, conocimiento y cumplimiento de los requisitos del mercado meta, cambio de mentalidad sobre las necesidades de transformación para la exportación, etc.

Sin embargo, a pesar que se identifica al financiamiento como uno de los principales problemas que impiden o limitan el desarrollo de las PYME que desean exportar, solamente una de las siete instituciones encuestadas brinda apoyo a dichas empresas otorgándoles co-financiamiento. Desde el mismo punto de vista de las instituciones de apoyo, este apoyo es insuficiente para que las empresas logren superar una de las dificultades primordiales.

Todas las entidades encuestadas otorgan apoyo en áreas de información, formación y asistencia técnica a las empresas que desean exportar o quieren mantenerse exportando. Este tipo de ayuda es congruente con los problemas y áreas que necesitan de mayor atención para poder lograr un avance en el desarrollo de la oferta exportable de cada PYME³⁴.

³⁴. Estas áreas son descritas de acuerdo a la percepción que las instituciones que otorgan apoyo, tienen sobre la realidad de las PYME exportadoras.

Gráfico No. 22
El Salvador: Apoyo proporcionado por instituciones a las PYME exportadoras



Fuente: Elaboración propia

En el área técnica y de formación, el apoyo que se ofrece es amplio, ya que es una de las áreas fundamentales para el desarrollo de exportaciones, pero no se profundiza en el ámbito financiero, necesario y crucial para cualquier expansión del capital de trabajo. A pesar de esto, la mayoría de los y las entrevistados concuerda que la oferta de servicios de apoyo responde a las necesidades de las PYME, pero también coinciden que hace falta un uso integrado de los diferentes apoyos que se ofrecen y al mismo tiempo que las metas sean complementarias y menos competitivas entre instituciones.

Cabe mencionar que según la opinión de las personas encuestadas, la difusión de los diferentes programas de apoyo para las PYME exportadoras no tiene un amplio alcance, ni tampoco la mejor difusión. Una buena parte de las instituciones encuestadas opina que los empresarios que desean exportar no conocen las distintas redes de apoyo existentes y el resto considera que hay poco conocimiento y/o difusión.

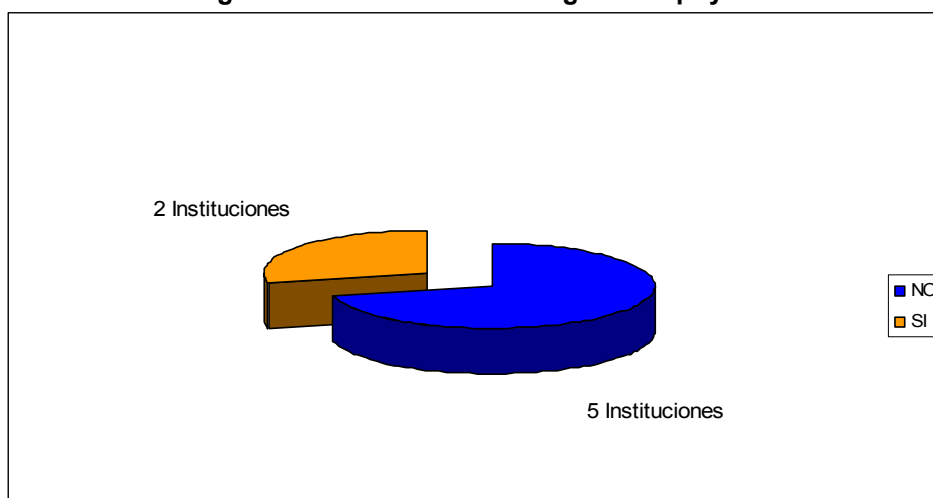
En la perspectiva de los y las entrevistados, a pesar que la mayoría ha calificado como bueno el apoyo que el gobierno salvadoreño ha brindado al sector PYME exportador, han expuesto diversos criterios que deberían ser

mejorados para obtener resultados eficientes, los cuales se describen a continuación:

- Mejora en las negociaciones de las condiciones con cooperantes, ya que los requisitos de iniciación, en algunos casos, tienen una exigencia alta.
- Creación de alianzas con gremiales para mejorar la distribución de los fondos.
- Mejoras en la coordinación de las políticas de apoyo a este sector para evitar doble esfuerzo para un mismo fin.
- Menos requisitos burocráticos

En lo que respecta al tema de género, únicamente FUNDAPYME tiene la opinión que sí existen diferencias entre hombres y mujeres empresarios(as) en cuanto a su desarrollo y las restantes no perciben esa diferencia. Esto concuerda con la idea que tanto hombres y mujeres propietarios se enfrentan a los mismos problemas. A pesar que los problemas económicos (menor otorgamiento o acceso al financiamiento de las mujeres) son más perceptibles que los no económicos (educación recibida por las mujeres, responsabilidades en el hogar, etc.), la mayoría de las instituciones no utiliza el enfoque de género en el diseño de las estrategias de apoyo, ni lo consideran necesario incorporar.

Gráfico No. 23
El Salvador: Instituciones de apoyo que creen necesario la incorporación del enfoque de género al diseño de estrategias de apoyo



Fuente: Elaboración propia

Únicamente dos instituciones creen necesario la incorporación de enfoque de género para el diseño de estrategias de apoyo. Esto se puede explicar en tanto que las entidades comprenden el significado de enfoque de género como la igualdad de hombres y mujeres al acceso de los diferentes instrumentos de apoyo que ofrecen. En otros casos, lo asocian con destinar mayor cantidad de recursos, o tener lineamientos de apoyo definidos para un sexo en particular.

La idea errónea o la falta de conocimiento del significado de enfoque de género no permite una percepción de la realidad a la que se debe enfrentar la mujer empresaria de PYME que exportan o desean exportar, lo que conlleva a que los beneficios que ofrecen de las diferentes redes e instrumentos de apoyo no tengan un resultado o alcance equitativo para las empresarias como los empresarios.

2. La experiencia internacional de las PYME exportadoras: lecciones para El Salvador.

En algunos países de Latinoamérica se han presentado casos en los cuales las pequeñas y medianas empresas han logrado desarrollar su oferta exportable de manera exitosa, por lo cual vale la pena mencionar un poco acerca de los estudios sobre éstas y tratar de establecer características de las mismas, que han influido en su desarrollo exportador exitoso, para lo cual se elaboró un resumen y caracterización de las PYME exportadoras exitosas, de acuerdo a un estudio de FUNDES en tres países de Suramérica: Argentina, Chile y Colombia.

2.1 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Argentina

Si bien es cierto que las PYME exportadoras tienen una contribución modesta en el total de exportaciones, tienen un papel importante en cuanto a

lograr una mayor diversificación en las exportaciones, ya sea en términos de mercado meta o productos.

De acuerdo a un estudio de FUNDES³⁵ se encontró que existe un alto grado de concentración de las exportaciones en pocos agentes grandes, es decir, las grandes empresas (que son un número bastante reducido) son las que logran mayores exportaciones, así el monto promedio exportado por empresas grandes es 35 veces superior al correspondiente de las PYME.³⁶

La mayor parte de las exportaciones de las PYME se encuentran en los sectores de alimentos y bebidas (que es el de mayor participación), químicos y plásticos, maquinaria y equipo, entre otros, conformando aproximadamente el 60% del total exportado de las PYME. No obstante, las PYME exitosas se encuentran en su mayoría en el sector de químicos y plásticos, 22%, seguido de metal mecánica ,19%, y por último en el sector de alimentos y bebidas, 13%. Estas exportaciones son destinadas en su mayoría al MERCOSUR (Mercado Común Suramericano), seguido de los países que integran el NAFTA (Tratado de libre comercio de Norteamérica, por sus siglas en inglés) y en menor proporción a la UE (Unión Europea).

Las PYME que logran diversificar sus exportaciones son aquellas que producen bienes y servicios de alto valor agregado y logran intensificar sus estrategias comerciales para lograr la inserción y posteriormente, la permanencia y crecimiento en mercados externos. Las variables más determinantes que influyen en la inserción exitosa en mercados externos son: la permanencia en el negocio exportador, la evolución de los montos exportados y el grado de diversificación y complejidad de los mercados meta³⁷.

Las PYME con mayor tiempo de estar exportando tienen en promedio exportaciones superiores a la media de las PYME exportadoras en su totalidad

³⁵. Las Pymes exportadoras Argentinas exitosas: hacia la construcción de ventajas competitivas. (FUNDES 2001).

³⁶. Ibid.

³⁷. Se tomaron en cuenta estas variables pues permiten la medición de resultados a través del tiempo y no sólo de forma transversal.

y tienen aproximadamente entre 10 y 15 años de operaciones previas a la exportación, lo cual les ha posibilitado la inserción externa.

Por otra parte, las PYME exportadoras que han tenido un mayor volumen de exportación tienen un comportamiento más dinámico que el promedio, esto va de la mano con el crecimiento de las ventas totales de las PYME exportadoras, que refleja un aumento en la escala de operación, lo que permite una mejor posición competitiva en un mercado abierto. Sin embargo, solo una pequeña porción de las empresas que han logrado permanecer en la exportación, logra incrementar sus ventas al exterior de forma sostenida, en contraste con la mayoría cuyos montos comercializados son volátiles³⁸.

Se evidencia que el 37% de las PYME exitosas estudiadas, demoró menos de un año para consolidar el negocio exportador, no obstante, otro tercio de éstas necesitó entre uno a cinco años. Para realizarlo dispusieron de recursos humanos destinados únicamente al desarrollo de la actividad exportadora (aproximadamente un 5% del total de trabajadores).

Es importante mencionar que en la cartera por tipo de clientes de las PYME exportadora exitosa predominan las empresas multinacionales y grandes empresas, seguidas de los mayoristas y en menor cuantía clientes institucionales de los países de destino.

Dentro de los canales de comercialización que son utilizados para establecer negocios con sus clientes externos, la venta directa es la modalidad que principalmente utilizan. En segundo lugar se encuentra los distribuidores y representantes y en una menor cantidad, aproximadamente en un 3%, los acuerdos.

La diversificación en mercados es una variable fundamental que incide en el éxito de una empresa PYME exportadora. Para lograr una diversificación en los destinos de las exportaciones es necesario que las empresas desarrollen tanto las capacidades operativas, como capacidades para lograr la satisfacción del

³⁸. Esto lleva a reforzar la idea que la competencia externa es compleja y difícil, y aun los que tienen mayor capacidad para mantenerse dentro de ésta se enfrentan frecuentemente a pérdidas en sus cuotas de mercado.

cliente externo (en cuanto a entender sus necesidades que culturalmente son muy diferenciadas de las de los clientes locales).

Las fuentes más comunes para la identificación de los negocios de exportación utilizadas por las empresas en el estudio son los viajes al exterior, ferias y misiones comerciales, utilizando en menor proporción las fuentes otorgadas por organismos públicos o cámaras sectoriales³⁹.

La mayoría de las empresas exportadoras exitosas conoce de su principal mercado de destino, el tamaño de la demanda (actual y potencial), la existencia de bienes sustitutos a sus productos, la ubicación de clientes potenciales y la existencia de preferencias arancelarias. Esta información se facilita con el creciente uso de Internet, correo electrónico y bases de datos digitales por parte las empresas.

Se logró verificar que la complejidad de los mercados meta incide en que las empresas tengan mayor éxito, presentando niveles de exportación anual promedio superior a la del conjunto de PYME exportadoras. Para lograrlo se ha reestructurado tanto la organización administrativa de las empresas (normas de calidad, capacitaciones, laboratorios de investigación y desarrollo, incorporación de valor agregado a productos vigentes, etc.) como la técnica (aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación).

Sin embargo, las empresas que han logrado éxito en sus exportaciones deben enfrentarse a distintos obstáculos. Entre los principales problemas o restricciones exógenos se encuentran: el financiamiento de la actividad exportadora⁴⁰ (en relación a los trámites burocráticos, límites de crédito, exigencias de garantías y mayormente, las altas tasas de interés), los precios de venta de sus productos (que se ven influidos sobre todo por las variaciones

³⁹. Esto demuestra que existe una débil vinculación con las instituciones públicas y privadas, incidiendo en el poco aprovechamiento del sistema de promoción a las exportaciones existente. Más de tres cuartos de las PYME en estudio se promocionaron de diversas maneras (folletería, invitaciones e invitaciones a clientes, etc.) con un apoyo por parte de organismos públicos (menos del 6%).

⁴⁰. A pesar que la mayoría de empresas operan con bancos en sus negocios de exportación, aproximadamente un 70% no financia sus exportaciones a través de crédito bancario. Es por esto que el financiamiento es tomado como uno de los principales obstáculos que las empresas deben enfrentar para mantenerse o insertarse en el exterior.

del tipo de cambio real, los elevados costos de transporte y barreras arancelarias) y la falta de información oportuna sobre nichos de mercado.

2.2 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Chile

El estudio correspondiente al caso chileno se realizó para el período correspondiente entre 1996-2001, en el cual se identificaron un total de 5,113 empresas industriales exportadoras, siendo el 42% de éstas PYME.

Se identificó que la estructura de las exportaciones industriales muestra un elevado nivel de concentración. Al conjunto conformado por las PYME y las empresas Medianas Grandes (MG)⁴¹, que concentran el 61% de los exportadores, le corresponde menos del 20% del monto exportado, mientras que las grandes empresas que no llegan a formar el 12% de los exportadores, dan cuenta casi el 70% de las exportaciones industriales. La significativa concentración de las exportaciones se observa también en los montos promedios exportados. El correspondiente a las grandes empresas es 50 veces mayor al correspondiente a las PYME.

Se detectaron fuertes diferencias en el perfil de especialización entre PYME exitosas y no exitosas. Las más exitosas muestran una estructura especializada y concentrada y al mismo tiempo, se caracterizan por producir bienes no diferenciados. Un reducido número de actividades (alimentos y bebidas) constituyen una proporción muy significativa del total de las exportaciones de las PYME exitosas. Esto evidencia que el grado de éxito alcanzado en los mercados externos difiere según el perfil de especialización.

Adicionalmente, en la investigación se identificó un conjunto de rasgos microeconómicos que permiten diferenciar empresas exportadoras exitosas del resto. Se encontró que las PYME exportadoras exitosas poseen mayor tamaño que las no exitosas. Esto indica que existe un umbral mínimo de tamaño para lograr escalas de operación, desde el punto de vista productivo como comercial,

⁴¹. El estudio identifica un grupo de empresas exportadoras con niveles de venta total anual entre los estratos Grande y PYME, al que se catalogo como Medianas Grandes (MG).

que les permita a las empresas una inserción externa sustentable en el mediano plazo. Asimismo, se detectó que en las PYME exitosas prevalecen los agro-alimentos como “manifestación de las ventajas comparadas naturales y creadas chilenas”⁴², mientras que en el resto de las empresas sobresalen sectores con mayor relación al perfil del modelo de sustitución de importaciones.

Otro hallazgo interesante es que las relaciones que las PYME exitosas tienen con sus proveedores van más allá de la relación de compra-venta. Estas empresas se involucran en la mejora de las competencias técnicas de los proveedores a partir de brindarles asistencia en procesos y calidad, esto se explica por las mayores presiones competitivas que enfrentan las empresas exportadoras, predominando una visión que privilegia a la red por medio de la cual la empresa produce el bien final.

Es importante tener en cuenta que si bien el negocio exportador requiere un proceso de aprendizaje tanto para iniciar ventas en el exterior como para mantenerlas, los resultados del estudio muestran que la brecha existente entre el año de fundación y el de comienzo de las exportaciones viene disminuyendo significativamente en los últimos años. Esto significa que las empresas están ingresando al negocio exportador cada vez con mayor rapidez y que desde su fundación tienen una clara orientación exportadora.

Las PYME exportadoras exitosas cuentan con una estructura de recursos humanos especializados en comercio exterior, es decir, que estas empresas cuentan con su propio departamento encargado de las exportaciones e importaciones, que les ha permitido generar un proceso de aprendizaje y ganar inteligencia de mercado.

Una diferencia comercial destacable entre PYME no exitosas y exitosas es la menor exposición por ventas directas que tienen estas últimas, lo que se manifiesta en un mayor número de clientes externos y el uso de canales de comercialización más diversificados, concretándose las ventas mediante

⁴². FUNDES (2004) “Buenas prácticas de las PYME exportadoras exitosas. PYMEX: el caso chileno”, pág. 108

representantes, distribuidores, acuerdos con empresas del exterior y *traders*. Adicionalmente, los mercados a lo que destinan sus exportaciones las PYME exitosas se consideran complejos: el NAFTA, Unión Europea y los países más desarrollados del este de Asia.

Para las PYME chilenas las instituciones públicas y privadas como fuentes de información sobre oportunidades comerciales tienen poca importancia. Esto indica que los esfuerzos individuales parecen más significativos que los institucionales como fuente de oportunidades, lo que puede constituir una necesidad de dar un apoyo institucional para aumentar la base de empresas exportadoras exitosas.

También se observó que las PYME exitosas realizan actividades de promoción (visitas e invitaciones a clientes, asistencia a ferias y misiones comerciales). Estas actividades fueron también realizadas con esfuerzos individuales y con un limitado apoyo institucional.

Además, las PYME exitosas han enfocado esfuerzos para aumentar sus competencias técnicas como certificaciones de calidad, capacitación de personal, cambios en la tecnología de proceso, constitución de equipos de investigación y desarrollo, entre otros; con la finalidad de incrementar la productividad. Estas acciones revelan el carácter sistémico de factores microeconómicos que intervienen en el negocio exportador y que la gestión comercial es una condición necesaria, pero no suficiente para la generación de ventajas competitivas sustentables en los mercados internacionales.

En las PYME exitosas predominan acciones estratégicas de tipo ofensivo, enfocadas en la incorporación de maquinaria y equipo, nuevos productos, nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), valor agregado a viejos productos, etc.

Es relevante el hecho que las PYME exitosas tienden a aprovechar en mayor medida los instrumentos y mecanismos de fomento productivo exportador. Las empresas sugieren un apoyo por parte de los organismos competentes más focalizado en sus necesidades relacionadas a la promoción, identificación de oportunidades e información comercial. Esto significa que existe una necesidad

de mayor asistencia para el acceso a nuevos mercados y clientes con el objetivo de sostener e incrementar la inserción externa.

Dentro de las dificultades planteadas por las PYME para el desarrollo de su oferta exportadora, la mayor parte son exógenas, como la inestabilidad macroeconómica, el tipo de cambio y la ausencia de financiamiento. Esta última constituye una restricción importante para las PYME, ya que la mayoría, 67%, no financia sus exportaciones con crédito bancario.

2.3 Las PYME exportadoras exitosas: El caso de Colombia

En el caso particular de Colombia, el estudio se centró en las exportaciones manufactureras no tradicionales debido a la importancia creciente que éstas han alcanzado dentro de la estructura comercial externa colombiana. Para el año 2003, de un total de 8,383 empresas exportadoras, 50% lo constituyen las PYME.

Estudios realizados por otras instituciones sobre el desempeño exportador de las PYMES industriales en distintos países de la región, ponen de manifiesto que, si bien su contribución al total de las exportaciones es modesto, juegan un papel relevante para la generación de una canasta de exportaciones más diversificada. Por lo tanto, constituyen un elemento importante para el proceso de internacionalización de los países.

La estructura de las exportaciones colombianas muestra una elevada concentración en el grupo de Grandes empresas las cuales representan el 12% del total de agentes y da cuenta de más del 80% de las ventas externas de manufacturas no tradicionales. Las PYMES, que constituyen casi la mitad de las empresas exportadoras efectúan, el 11% de los despachos externos. Aunque las PYME constituyen un número significativo del total de agentes exportadores, tendieron a perder posicionamiento en la estructura exportadora, principalmente debido al magro desempeño de las pequeñas empresas tanto en términos del número de agentes, como del monto exportador. De igual manera se verificó un fenómeno de alta movilidad de entrada y salida de empresas del negocio

exportador, en gran medida por los estratos de tamaño más pequeños que comercializan a través de despachos de escala reducida.

Este comportamiento en las PYME se refleja en problemas vinculados con crisis que atravesaron algunos países de la región que disminuyó la demanda de estos productos, así como la pérdida de competitividad en ciertos productos claves de su oferta exportable frente a otros competidores en sus principales destinos externos. De esta manera mientras poco más de la mitad (52%) de las grandes empresas exportó de manera constante durante el periodo de análisis, entre 1995 y 2003, solo el 7% de las PYMES estuvieron en condiciones de hacerlo.

Para poder identificar las PYMES exportadoras colombianas que lograron resultados exitosos en su proceso de inserción externa se calculó un Índice de Desarrollo Exportador (IDE), en el que se recoge información sobre diversos aspectos relevantes en la actividad exportadora de las empresas, tales como la *continuidad en el negocio de exportación*. Casi un tercio de las PYMES muestra una elevada continuidad y la entrada y salida del negocio exportador constituye un fenómeno que tiende a agudizarse cuando los montos exportados por las empresas son pequeños. En cuanto al aspecto *dinamismo en las ventas externas*, predominan situaciones extremas con fuertes caídas (hasta de un 10%) e importantes aumentos (50%) y *el grado de diversificación y complejidad de los mercados atendidos*, muestra que para las PYMES este grado es escaso, pero a su vez, los países hacia donde la mayoría destina sus envíos son complejos o extra-CAN⁴³, siendo el principal el NAFTA. Otros destinos comerciales que se destacan dentro del segmento PYME son el Mercado Común Centroamericano (MCCA), Panamá y República Dominicana.

Se observó que este grupo de empresas representa el 9% de las empresas exportadoras de productos de manufacturas no tradicionales y constituyen menos de un quinto de las firmas del estrato (773 firmas), explicando para el 2003 el 57% de las exportaciones PYME (300 millones de dólares). Tienen un

⁴³. La Comunidad Andina (CAN) es una organización regional y política constituida por Chile, Colombia, Perú, Ecuador y Venezuela.

desempeño general superior al de las catalogadas como no exitosas; reflejando un monto promedio exportado por firma seis veces mayor (420 mil dólares) y presentando una fuerte especialización en el sector textil y prendas de cuero, siendo esta tendencia más evidente en las empresas medianas que en las pequeñas.

Las empresas exitosas son relativamente jóvenes, 15 años aproximadamente, y reflejan un perfil de negocio orientado hacia el mercado externo desde el inicio de su actividad, en contraste con el resto de empresas que rezagaron su salida exportadora hasta principios de los noventa y en especial durante la fase de crisis, denotando un perfil más orientado al mercado interno, el cual tuvieron que revertir para compensar en parte la caída en el nivel de actividad local.

Por otra parte, el período que transcurre entre la detección de una oportunidad para exportar y la realización del primer embarque dura en promedio un mes para estas empresas, aunque la consolidación de la exportación demanda aproximadamente 26 meses.

Si bien es cierto que el tamaño no constituye un rasgo que distingue a las PYME exportadoras exitosas de las no exitosas, las firmas de mayor tamaño presentan un mayor grado de inserción externa, que fue profundizándose desde que comenzaron a exportar en el marco de una dinámica muy positiva de las ventas totales y del empleo.

Los canales de comercialización más utilizados son la promoción de ferias, misiones, macro ruedas y otras actividades que instituciones canalizan a través de diversos programas; los viajes exploratorios que realizan las empresas por iniciativa propia son los mecanismos más utilizados por empresas exitosas para identificar oportunidades de exportación.

Para un porcentaje mayor de empresas exitosas, el total de recurso humano involucrado en actividades de comercio exterior representa más del 10%; hecho que les permite sostener una estructura de venta externa más compleja. En cambio solamente un 35% de este grupo de exportadores efectúa la modalidad de venta directa.

En cuanto a las competencias comerciales y tecnológicas, un cuarto de las empresas exitosas cuenta con estrategias endógenas elevadas. Existe una importante difusión de las TIC, que adquiere más relevancia entre los exportadores exitosos, un 70% de éstas posee página *Web*. Además de los esfuerzos ya señalados en el plano de la promoción y gestión comercial, los exportadores exitosos desplegaron acciones decisivas orientadas a aumentar sus competencias técnicas.

En general los exportadores conocen la oferta de servicios y apoyo vigente para este sector, pero su alcance es reducido. A su vez se manifestó una escasa vinculación de las empresas con su entorno institucional para mejorar su gestión, en cambio sobresale la vinculación con firmas consultoras y universidades, constituyendo esto una diferencia del caso colombiano respecto a estudios efectuados en otros países de la región.

Entre las dificultades y restricciones que enfrentan los exportadores en general y las PYME exitosas en particular, para el desarrollo de la actividad exportadora, sobresalen el tipo de cambio, la imposibilidad de compensar desventajas con menores precios, los excesivos trámites de aduana, la elevada carga tributaria y los costos de despacho. Otras restricciones que afectan acerca de un tercio de las empresas, se halla en la falta de financiamiento a la actividad exportadora y a la expansión productiva, las barreras para-arancelaria y la inestabilidad en del marco económico y político.

2.4 Diferencias y Similitudes entre los casos de PYME exportadoras exitosas en Latinoamérica.

En los tres casos mencionados anteriormente, las pequeñas y medianas empresas exportadoras juegan un papel importante en la economía de cada uno de los países, por lo general para la generación de una canasta de exportaciones más diversificada a pesar que, constituyen un porcentaje

significativo del total de empresas exportadoras, no son los agentes en donde se concentran las exportaciones.⁴⁴

Los sectores en donde la mayoría de PYME exitosas se encuentran son bastante similares tanto para el caso de Argentina como el de Chile (el sector de alimentos y bebidas). Sin embargo, para el caso de Colombia, la mayoría se especializan en el sector textil y prendas de cuero.

El grado de diversificación y complejidad de los mercados atendidos por estos países, es una de las variables fundamentales que inciden en el éxito de las PYME exportadoras, teniendo en común que el mercado destino de las exportaciones, son los países integrantes del NAFTA. Adicionalmente, las exportaciones no se concentran en una sola región colindante geográficamente en cada uno de los países productores, sino más bien están dispersas en diferentes regiones, ya sea el MERCOSUR, el MCCA o la Unión Europea.

Otra variable importante que incide en el desarrollo de las PYME exportadoras, es la continuidad o permanencia en el negocio exportador. Para los casos de Argentina y Colombia, las empresas que tienen mayor tiempo de estar exportando generan un monto superior al resto. No obstante, las PYME exitosas argentinas difieren de las colombianas y chilenas en cuanto al hecho de tener suficientes años de operación previa al inicio de la actividad exportadora que posibilite una mejor inserción externa, ya que para los casos de Chile y Colombia, las PYME cuentan con un perfil de negocio orientado desde un principio hacia la exportación.

Para la consolidación del negocio exportador, las empresas exitosas no tuvieron que esperar un tiempo demasiado prolongado, ya que se demandó entre uno a dos años aproximadamente. Que las empresas en estudio presenten recursos humanos (de alrededor del 10% de los empleados fijos) que se focalizan únicamente hacia el desarrollo de la actividad exportadora, es un factor adicional que influye en que este tiempo sea corto.

⁴⁴. En los tres casos, se observó un alto grado de concentración de las exportaciones en las grandes empresas, las cuales son una minoría en relación al total de agentes exportadores. El monto total de sus exportaciones suele ser entre 35 y 50 veces mayor (para el caso de Argentina y Chile respectivamente) que el correspondiente a la PYME.

Asimismo, la incorporación de las TIC y la reestructuración de la organización administrativa como técnica en las empresas exitosas, propiciaron un mejor aprovechamiento e incremento de la productividad, lo cual tiene buenas repercusiones en las gestiones empresariales, incluido el negocio exportador.

Otro aspecto en común son las fuentes más usuales para la identificación de negocios de exportación, entre las que se encuentran: viajes al exterior, ferias y misiones comerciales. Es importante destacar que para los tres casos, la identificación de oportunidades ha sido por iniciativa propia y esfuerzos individuales, utilizando en poca proporción las fuentes de las diversas instituciones u organismos públicos⁴⁵. El único país que logra identificar que la mayoría de las empresas exportadoras tienen buen conocimiento e información de su mercado meta es el caso de las PYME exportadoras argentinas.

Las PYME exportadoras deben enfrentarse a problemas para el desarrollo de su oferta exportable. En los tres casos se menciona que los problemas sobre todo son exógenos y de financiamiento. En cuanto a los exógenos, se tiene en común las variaciones en el tipo de cambio real, la inestabilidad macroeconómica, los precios de venta de sus productos y otras barreras no arancelarias. Por otra parte, el financiamiento de la actividad exportadora es también uno de los principales problemas que deben enfrentar aún las PYME exportadoras exitosas, pues a la mayoría se le dificulta financiar sus exportaciones a través de créditos bancarios.

Es importante destacar que dentro del análisis realizado por FUNDES para la experiencia internacional exitosa de PYME exportadoras, no se incorpora dentro de la metodología de la investigación la variable de género, asumiendo que no existe diferencia en cuanto a las oportunidades u obstáculos a los que se enfrentan los(as) propietarios(as).

⁴⁵. Aquí se puede evidenciar la escasa vinculación de las empresas exportadoras con su entorno institucional para la mejora de su gestión, es decir, les otorgan poca importancia como proveedores o facilitadores de la incursión o mantenimiento del negocio exportador.

3. Comparación de PYME exportadoras exitosas latinoamericanas con el caso salvadoreño

Un aspecto generalizado que se da tanto a nivel nacional como internacional (tomando como base los tres casos estudiados) es que en las pequeñas y medianas empresas no concentran el mayor porcentaje de exportaciones, sino que lo hacen las grandes empresas.

Por otra parte, los sectores donde se concentran las PYME exitosas internacionales, no difieren en gran manera de los sectores donde hay una tendencia en que se encuentren las PYME exportadoras salvadoreñas: el sector con mayor preponderancia es el de alimentos. Los restantes (medicamentos, artesanías) se encuentran inmersos dentro de las ramas de químicos y textiles, donde también existe una gran participación de las PYME exitosas en los países estudiados.

Para el caso salvadoreño, no se alcanza la diversificación y complejidad de los mercados atendidos por los casos internacionales estudiados, ya que los principales destinos comerciales de las PYME exportadoras salvadoreñas se limitan a Centro América y Estados Unidos. Esto provoca una mayor dependencia de los productos nacionales a pocos mercados destino, aumentando la vulnerabilidad ante los acontecimientos que afecten las economías de los receptores de los productos salvadoreños.⁴⁶

Por otra parte el perfil de las PYME exportadoras salvadoreñas propiedad de hombres se asemejan al perfil de las PYME exitosas de Chile y Colombia, particularmente por el hecho de que desde sus inicios destinan parte de su oferta a la satisfacción de la demanda externa.

El uso de las TIC en las empresas fomenta una mayor productividad y facilita las relaciones comerciales, por lo cual tanto las empresas exportadoras de Chile, Colombia, Argentina como las de El Salvador, incorporan estas dentro de sus procesos operativos.

⁴⁶. A diferencia del caso internacional, cuyas regiones destino no están tan próximas geográficamente.

Coincidiendo con el mecanismo empleado por las PYME exitosa en el ámbito internacional, las PYME exportadoras salvadoreñas también utilizan los viajes al exterior, ferias, y misiones comerciales para dar a conocer sus productos a los clientes potenciales en el exterior; sin embargo en el caso de las salvadoreñas, éstas le otorgan mayor importancia al apoyo de las instituciones que contribuyen para el desarrollo de su oferta exportable.

Lamentablemente como se mencionó en el apartado previo los estudios de FUNDES para el caso de Argentina, Chile y Colombia no incorporan en su análisis una perspectiva de género. Por este motivo no se contó con las herramientas necesarias para poder elaborar una comparación del caso nacional con el internacional respecto a la situación y desarrollo de la empresarialidad femenina.

Finalmente los obstáculos que las empresas exportadoras salvadoreñas identificaron coinciden únicamente en cuanto al aspecto del financiamiento. No juegan un papel importante la inestabilidad macroeconómica, los precios de venta de sus productos ni los elevados costos de transporte, como han sido identificados en la experiencia internacional de las empresas exportadoras.

El tipo de cambio real, es un factor de gran incidencia sobre las exportaciones en los países que no cuentan con una economía dolarizada, sin embargo, pese a que la economía nacional cuenta con un régimen de tipo de cambio fijo, no se ha aprovechado esta situación que implica enfrentarse a una dificultad menos que el resto.

4. Conclusiones

Es primordial tener en cuenta que el estudio de campo realizado puede tener cierto grado de sesgo, por un lado, por la base de datos de donde se tomaron las encuestas, que como se mencionó anteriormente corresponde a una de las instituciones de apoyo a este sector, y por otro, debido a la poca colaboración que se obtuvo por parte de las empresas exportadoras para esta investigación. Cabe aclarar que aunque en este estudio no se pretende generalizar a todas las

PYME exportadoras salvadoreñas, éste puede darnos una noción de cuál es la situación en la que se encuentran éstas.

A través de la revisión de los casos de PYME exitosas en Argentina, Chile y Colombia se identificó que existen ciertas semejanzas en las características de las empresas exportadoras con el caso salvadoreño. Tanto la experiencia nacional como la internacional tienen en común que no es precisamente en la pequeña y mediana empresa donde se concentra el mayor porcentaje de las exportaciones (a pesar de ser la gran mayoría dentro del parque empresarial), sino en las empresas grandes. Asimismo, se observó que a excepción del caso colombiano, cuyo principal sector es el de textiles y cuero, el sector con mayor peso en las exportaciones de PYME salvadoreñas, argentinas y chilenas es el de alimentos.

Además, según los estudios sobre la experiencia internacional, las PYME exportadoras hacen uso de las TIC para el desarrollo de sus procesos productivos y fomentar de esta manera la productividad en sus empresas, caso que se trata de imitar en el país con la diferencia que este criterio no se encuentra tan desarrollado como en las demás empresas exportadoras exitosas.

Por otra parte, se detectaron ciertas diferencias entre el caso salvadoreño y el internacional. Una discrepancia bastante marcada es la poca diversificación y complejidad de los mercados destino a los que las empresas nacionales exportan. Esto evidencia que las PYME salvadoreñas necesitan reforzar ciertas áreas dentro de la empresa. Para lograrlo, se necesita también más apoyo por parte de instituciones que las orienten hacia la diversificación de mercados meta y descubrimientos de posibles nichos de mercados fuera del área al que comúnmente se destina la mayor parte de las exportaciones salvadoreñas.

A pesar que las instituciones de apoyo a las PYME en El Salvador están consientes que uno de los principales obstáculos al que se enfrentan las empresas para desarrollar su oferta exportadora es el financiamiento, sólo un porcentaje muy reducido brinda esta clase de apoyo. Adicionalmente se observó que estas instituciones duplican esfuerzos en cuanto a los programas

que ofrecen a las PYME, ya que no existe una ayuda integrada que sea más bien complementaria, provocando que el apoyo esté bastante disperso. Esto implica que los recursos no sean canalizados de manera óptima.⁴⁷

Respecto al impacto del CAFTA en el desempeño de las exportaciones de las PYME salvadoreñas se identificó que a pesar de la promoción y de los supuestos beneficios que este tratado le otorgaría al sector, no ha sido notorio un incremento de las exportaciones hacia Estados Unidos. El principal destino de exportación para estas empresas sigue siendo Centro América y en este sentido tampoco se ha observado una reorientación de las exportaciones hacia Norte América. Una de las razones fundamentales por la cual no se ha logrado una penetración al mercado estadounidense es la falta de preparación técnica de parte de las empresas para cumplir con los estándares exigidos por este país, tendencia que es más acentuada en el caso de las PYME exportadoras propiedad femenina.

En cuanto al tema de género es importante señalar los hallazgos obtenidos referentes al nivel de escolaridad entre los y las empresarios(as). Los hombres presentan un nivel superior de preparación académica que las mujeres, ya que un alto porcentaje de éstos cuenta con niveles de postgrado, mientras que la mayoría de las mujeres alcanzan únicamente el nivel de pregrado o bachillerato. Por ende, también es notorio una brecha existe en el uso de la tecnología entre mujeres y hombres. A las empresas propiedad de mujeres se les dificulta alcanzar un mayor grado de complejidad en la elaboración de sus productos debido a las limitantes de éstas en el área tecnológica.

La investigación realizada muestra la existencia de diferencias de género en la relación entre el desempeño exportador de las PYME y la edad de la empresa. Las empresas de propiedad masculina desarrollan su oferta exportadora en los primeros años de operación, mientras que las de mujeres lo hacen hasta después de que ha transcurrido un período de tiempo más

⁴⁷. Los programas de apoyo que ofrecen las Instituciones son congruentes con los principales problemas a los que se enfrentan las PYME exportadoras como la necesidad de información acerca de los mercados metas, formación y la asistencia técnica de las empresas, sin embargo todas las Instituciones concentran este tipo de apoyo, dejando a un lado otras necesidades.

prolongado desde sus orígenes. El período de tiempo que les toma a las mujeres involucrarse en el negocio exportador responde a diferentes razones, entre las principales destaca el rol que la empresaria debe desempeñar como madre y educadora, lo cual la limita a involucrarse completamente en el desarrollo de la empresa.

Además, la doble jornada laboral de las empresarias incide en la participación de la mujer en actividades importantes relacionadas con el fortalecimiento de las exportaciones, tales como la asistencia a ferias, misiones, capacitaciones, entre otras.

Como se ha podido constatar con el estudio de campo realizado, existe una dinámica empresarial diferente entre hombres y mujeres, sin embargo, el diseño de las herramientas proporcionadas por las instituciones de apoyo es neutral. No han incorporado el enfoque de género, provocando así que no haya una verdadera conciencia de la realidad que quieren contribuir a transformar.

Ningún empresario(a) y sólo un miembro de las Instituciones de apoyo encuestadas sabían lo que significaba la perspectiva de género. Este hecho conlleva a no tener una clara percepción de la realidad a la que deben enfrentarse las empresarias de PYME y por ende, los beneficios de las redes de apoyo que se ofertan no tienen un alcance equitativo para ambos sexos.

Aún cuando los y las empresarios(as) no estén consientes de las diferencia de la empresarialidad entre ambos, sería conveniente que las instituciones tomaran en cuenta los diagnósticos previos al diseño de su oferta de las diferencias entre hombres y mujeres, para diseñar esta oferta de servicios con un enfoque de género. Dado que la mayoría de los estudios de estas instituciones (incluyendo a las de prestigio internacional) no incorporan esta temática, no podrán establecer estrategias que proporcionen resultados equitativos y eficientes, que reduzcan la reproducción del rezago y las condiciones de subordinación de las propietarias de PYME exportadoras.

CAPÍTULO III: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA POTENCIAR EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS PYMES SALVADOREÑAS CON EQUIDAD DE GÉNERO

En este capítulo se formulan recomendaciones que permitan potenciar y equiparar el desarrollo de la capacidad exportadora de las PYME salvadoreñas, propiedad de hombres y mujeres.

El contenido de este capítulo está organizado en dos apartados. En el primero se presentan los hallazgos generales sobre las características y desempeño de las PYME exportadoras así como los hallazgos específicos sobre la caracterización y necesidades de apoyo de las PYME exportadoras propiedad de mujeres.

El segundo apartado se divide en: las recomendaciones para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras en general y las recomendaciones específicas para mejorar el desarrollo de las PYME exportadoras propiedad de mujeres.

1. Principales hallazgos del estudio realizado

Los principales hallazgos del estudio que se presentan a continuación se han dividido en dos bloques. El primer bloque se refiere a hallazgos de carácter general del sector, mientras que en el segundo bloque se reseñan únicamente los hallazgos relativos al género de las personas propietarias de las PYME exportadoras.

1.1. Hallazgos generales sobre las características y desempeño de las PYME exportadoras.

La importancia particular de las pequeñas y medianas empresas salvadoreñas radica en su significativa contribución a la economía nacional, ya que constituye una fuente generadora de empleos y un motor de crecimiento económico. Precisamente una parte sustancial del parque empresarial nacional, del empleo y del valor agregado proviene de este sector.

Las exportaciones en términos generales conllevan al crecimiento económico del país. Las PYME exportadoras contribuyen en cierta medida en esta tarea, consecuentemente ayudan a disminuir el déficit comercial que enfrenta el país.

No obstante la potencialidad de éstas, no se ha cuantificado el peso que tienen dentro de las exportaciones totales del país.

Uno de los aportes más significativos de este sector es la generación de empleos, ya que la mayoría de estas empresas son formales y proveen plazas fijas que brindan cierta estabilidad económica y mejoras en la condición social de sus trabajadores.

Las PYME exportadoras muestran potencial de desarrollo, ya que sus propietarios presentan la característica de ser emprendedores. Sin embargo, gran parte de ellas no cuentan con la suficiente innovación pues muchas de las herramientas necesarias no se encuentran a su alcance.

Cabe destacar que una gran proporción de la producción en la mayoría de las PYME que exportan, abastece la demanda local. Esto evidencia su poca diversificación de los mercados destino y el poco aprovechamiento de mayor acceso a éstos, derivado de la firma de los diferentes TLC.

Hasta ahora no existen estudios de impacto del CAFTA sobre las PYME exportadoras, pero las recientes cifras publicadas por el Banco Central de Reserva (BCR) para el 2006 indican que hubo un decrecimiento del 2% en comercio con Estados Unidos en relación al año 2005⁴⁸. Adicionalmente,

⁴⁸. Ana Vilma, Escobar "La Prensa Gráfica" (01 de Marzo de 2007).

debería tomarse en cuenta el efecto global del comercio intra-centroamericano con Estados Unidos, pues cabe la posibilidad de que surja una desviación de comercio de los países centroamericanos con éste último; en tanto que las exportaciones actuales de El Salvador hacia el resto de Centroamérica podrían reemplazarse en el futuro por productos similares provenientes de Estados Unidos, lo cual perjudicaría a las PYME exportadoras, ya que la región centroamericana constituye su principal mercado externo.

No obstante la importancia que se atribuye al desarrollo de las PYME exportadoras dentro de los procesos de apertura externa y de acuerdos de libre comercio, los programas de apoyo e instrumentos que se han puesto a disposición para este sector -tanto por parte del GOES como por diversas instituciones no gubernamentales- no han tenido el alcance suficiente para atacar el problema de competitividad o para identificar cuáles son los verdaderos obstáculos a los que se enfrentan las PYME salvadoreñas. Los obstáculos y necesidades identificadas por los propietarios de PYME exportadoras no concuerdan en su totalidad con los identificados por los de la opinión de los entrevistados en las instituciones. A su vez, estos instrumentos no han sido diseñados en función de las necesidades de la dinámica real y concreta de este sector, limitando su desarrollo exportador.

1.2. Hallazgos relativos a las diferencias de género de las personas propietarias de PYME exportadoras.

La investigación realizada ha permitido constatar la existencia de discrepancias entre la empresarialidad de hombres y mujeres, especialmente en el segmento de PYME exportadoras. Los factores endógenos y exógenos que determinan los obstáculos que enfrentan las PYME para desarrollar su oferta exportadora, afectan de manera diferente a las empresas propiedad de mujeres y propiedad de hombres. Estas diferencias están relacionadas principalmente con los roles de género y particularmente con la carga de trabajo doméstico de las mujeres.

Por otra parte, la investigación realizada ha permitido constatar que la oferta de servicios para promover el desarrollo de las PYME exportadora, no sólo no se ha diseñado para abarcar en su totalidad los principales problemas que aquejan al sector de las PYME exportadoras. Adicionalmente, en el diseño y prestación de esta oferta de servicios no se ha considerado la incorporación de un enfoque de género, lo cual limita aún más la capacidad de esta oferta de servicios (y de los recursos que se canalizan al apoyo de este sector) de promover un desarrollo efectivo y equitativo de las empresas que lo conforman.

En base a lo anterior, se puede afirmar que las acciones de fomento (políticas, programas y/o proyectos) benefician de manera desigual a hombres y a mujeres. Un ejemplo que merece ser destacado para ilustrar la asimetría de género existente en el diseño de políticas de fomento a las exportaciones, lo constituye el *drawback*⁴⁹ para exportadores. Este instrumento aplica exclusivamente para exportaciones destinadas fuera de la región centroamericana, hacia donde colocan sus exportaciones mayoritariamente las empresas propiedad de hombres, dejando fuera de este incentivo a las empresas propiedad de mujeres, cuyo principal destino de exportación es Centro América, tal como se pudo verificar en este estudio.

2. Recomendaciones del estudio

A partir de los hallazgos de la investigación realizada sobre características, desempeño y obstáculos para el desarrollo de las PYME exportadoras, se ha considerado conveniente formular una serie de recomendaciones para el diseño y/o fortalecimiento de estrategias de apoyo a este sector empresarial por parte de las instituciones públicas y privadas.

Estas recomendaciones se subdividieron en dos secciones. La primera, abarca las sugerencias a nivel general, mientras que la segunda sección aborda

⁴⁹. Devolución del 6% sobre el valor FOB de la exportación.

específicamente las acciones recomendadas para apoyar el desempeño exportador de las empresas de propiedad femenina.

2.1 Recomendaciones generales para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras.

Las recomendaciones generales que se presentan en esta sección se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones del entorno empresarial y hacia el mejoramiento de la oferta de servicios financieros y no financieros para el desarrollo de la capacidad exportadora de las PYME.

2.1.1 Mejoras en las condiciones del entorno empresarial.

Se debe fortalecer el componente de PYME exportadoras dentro de la Política Nacional de la MIPYME, de la CONAMYPE y MINEC. Para lograrlo se debe realizar un buen diagnóstico de la dinámica y las necesidades específicas de las PYME exportadoras e incluir estrategias, instrumentos de apoyo y buenas prácticas internacionales que hasta la fecha no se han considerado.

Es importante asegurar la coherencia entre las políticas públicas de apoyo al sector de la MIPYME y la estrategia de desarrollo del país. La competitividad que se logra con los programas de apoyo se puede perder o “neutralizar” con las políticas económicas generales. La incongruencia de la política gubernamental en las medidas de reforma tributaria aprobadas a finales de 2004 -las cuales elevaron los costos de transacción y financieros de las MIPYME- contrarrestaron en parte las mejoras que la CONAMYPE y la Oficina Nacional de Inversiones (ONI) llevaron a cabo en los meses previos a dicha reforma. Estas consistieron en la simplificación de trámites y requisitos para la formalización de las pequeñas empresas, mientras que las medidas de reforma tributarias provocaron un freno al crecimiento de una base exportadora más competitiva. Otro ejemplo de ello es el establecimiento de subsidios a bienes no

transables (servicios), mientras se eliminan o no existen incentivos fiscales que incidan en el desarrollo de las PYME exportadoras.

Se hace indispensable fortalecer la capacidad de las PYME salvadoreñas de incidir tanto en el diseño de políticas públicas del país como de negociación con la gran empresa, con el propósito que sean participes en el desarrollo de estrategias para el fomento de la exportación. Para ello se requiere un esfuerzo por parte de las PYME exportadoras en el fortalecimiento de organizaciones gremiales competentes con capacidad de negociar con otros agentes involucrados en su desarrollo, como por ejemplo, la cooperación internacional, las gremiales de la gran empresa, los gobiernos municipales y los partidos políticos. Se recomienda asimismo, fortalecer la participación en redes empresariales que integren a las PYME con instituciones de apoyo nacionales e internacionales, la gran empresa y con universidades y/o centros tecnológicos, ya que contribuyen a mejorar su competitividad así como a establecer vínculos para llegar a otros mercados.

Sería beneficioso promover el conocimiento y/o réplica de las buenas prácticas que existen a nivel internacional en materia de fomento a las exportaciones de las PYME, divulgando las estrategias y programas que han posibilitado a empresas de este segmento ser exitosas y tener un mayor acceso a mercados mundiales. De la misma manera, se debe tener presente a PYME nacionales que se encuentran exportando a Estados Unidos y a otros destinos fuera de Centroamérica, para que compartan con otras empresas los principales retos y las estrategias utilizadas para superarlos en su actividad exportadora.

Adicionalmente, el gobierno debería proveer a este sector información más objetiva sobre la realidad de los beneficios y desafíos del CAFTA, con el propósito de que incorporen dichas implicaciones en la toma de decisiones y logren de esta manera un posicionamiento estratégico de sus empresas.

En cuanto a los procesos establecidos por parte del gobierno y de las instituciones de apoyo para que las empresas inicien y desarrollen su negocio exportador, se sugiere reformular los requisitos, simplificar trámites

burocráticos, eliminar o modificar aquellos innecesarios, e incluir solamente los indispensables para poder facilitar a las empresas exportadoras la inserción en mercados externos.

2.1.2 Mejoras en la oferta de servicios de desarrollo empresarial.

Se deben adecuar los programas de apoyo al sector de las PYME exportadoras acorde a sus necesidades y profundizar la inserción a mercados externos de las que tienen un mejor desempeño, pero que aún plantean dificultades en su proceso de internacionalización, con el fin de incrementar el número de agentes con resultados más sustentables en el exterior.

Las capacitaciones relacionadas a la organización y administración de la empresa son temas indispensables para el desarrollo de éstas. Así mismo, la asistencia técnica, la cual implica la elaboración de planes de negocio, estudios de factibilidad y de pre-inversión, son elementos fundamentales que las instituciones de apoyo deben reforzar.

Otra limitante para el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas exportadoras es el uso de nueva tecnología, la teoría y la evidencia en diversos países, así como otros estudios realizados muestran que, por lo general, las empresas que han logrado penetrar mercados más exigentes han hecho innovaciones y han modernizado sus procesos operativos y productivos, para lo cual se recomiendan programas de asistencia constante en el implemento de nuevos procesos tecnológicos.

Debido a que se ha constatado que el mecanismo más utilizado por las PYME exportadoras salvadoreñas para dar a conocer sus productos en el extranjero son las misiones y ferias comerciales, se sugiere que las instituciones de apoyo no sólo provean la información de esta estrategia comercial, sino que proporcionen a las PYME exportadoras un proceso preparatorio a través de capacitaciones adecuadas para que logren establecer eficazmente en el extranjero contactos con clientes potenciales. En este sentido debería replicarse la experiencia de la CCIES y de EUROCENTRO, ya que

estas instituciones apoyan en ferias comerciales únicamente a aquellas PYME que hayan realizado un determinado proceso que las califique como aptas para viajar. Adicionalmente, las instituciones deben promover sus líneas de apoyo a ferias y sus programas en general, de manera que éstos sean conocidos y aprovechados por este sector.

2.1.3 Mejoras en la oferta de servicios financieros

Se hace de vital importancia mejorar el acceso de los propietarios(as) de PYME exportadoras a una gama más amplia y con mayor cobertura de servicios financieros. Para esto es indispensable que la banca privada tanto como las instituciones no reguladas por la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF)⁵⁰ desarrollen servicios que se aproximen a la demanda de las PYME. Debido a la heterogénea composición interna que presenta este sector, es necesario que se tome en cuenta a cada estrato empresarial (realización de un diagnóstico para pequeñas empresas exportadoras y otro para medianas), ya que cada uno presenta características diferentes y por lo tanto distintos problemas.

Vale la pena mencionar que en las micro-finanzas lo que más se ha desarrollado con éxito hasta la fecha son las tecnologías de crédito, las cuales son un conjunto de acciones y procedimientos que el prestamista adopta con la finalidad de resolver los problemas de información asimétrica existentes con el prestatario. “El problema central en la realización de transacciones financieras tiene su origen principalmente en deficiencias de información”⁵¹.

La tecnología crediticia tradicional de los bancos comerciales se basa en solicitar garantías reales, principalmente hipotecarias, estados financieros auditados y requerimientos de información oficial, lo cual se convierte en una

⁵⁰. Las Instituciones no reguladas por la SSF están constituidas por Cooperativas, Fundaciones y ONG's, Sociedades y Cajas de Crédito.

⁵¹. Informe de Desarrollo económico y social 2005 “Hacia una MIPYME más competitiva” (FUSADES). Sin embargo, hay otros autores u otros enfoques que tienen ideas distintas sobre este punto.

barrera para el acceso al crédito, especialmente para las pequeñas empresas. En este contexto, se justifica un esfuerzo especial para la PYME en esta área de manera de incrementar la amplitud, profundidad, variedad y calidad de la oferta de servicios financieros (que incluyan por ejemplo líneas de crédito para innovación y transferencia tecnológica) y convertirlos más accesibles y eficientes para este sector.

Una manera de incrementar el acceso al crédito de las PYME exportadoras es a través de fondos de garantía, los cuales son fundados con el objetivo de respaldar a las empresas para que sean sujetas de crédito, tanto en las instituciones financieras como con sus proveedores. Dado que las PYME son empresas que en algunos casos tienen pocos años de operaciones, o ya han sobrepasado los límites de garantía propios, son las que precisamente enfrentan mayores dificultades a la hora de solicitar financiamiento con las entidades bancarias; es necesario difundir y replicar el tipo de apoyo como el que brinda la Institución Financiera Garantías y Servicios, SGR.

Otra forma de mejorar el financiamiento de las PYME exportadoras y que debería implementarse son los fondos de capital de riesgo, en los cuales diferentes inversionistas privados, agencias internacionales, e incluso el gobierno, inyectan capital al fondo para desarrollar la oferta exportadora de las empresas, al mismo tiempo que las capacitan técnicamente para mejorar la gestión del proceso.

En esta área también es importante avanzar en la simplificación de trámites o la cantidad de requisitos exigidos por la banca privada a las PYME exportadoras. Estos deben de modificarse de tal manera que el proceso se vuelva más eficiente y menos burocrático. Por su parte, las políticas crediticias en general deberían evitar requerir nuevos trámites que sean especialmente dificultosos para las PYME.

Dado el riesgo que implica la actividad exportadora, es necesario que se promuevan los seguros para exportadores. Se debería concientizar tanto a las instituciones de apoyo como a los propietarios(as) de PYME exportadoras sobre

la importancia de protegerse ante las operaciones de la actividad exportadora. Se recomienda que el GOES impulse líneas de apoyo que incluyan este criterio.

2.2 Recomendaciones específicas para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras propiedad de mujeres.

Las recomendaciones que se proponen para mejorar el desempeño de las PYME exportadoras propiedad de mujeres, comprenden las mismas áreas que se han considerado en la sección anterior para apoyar de manera general a las PYME. En tal sentido, esta sección presenta un esfuerzo por incorporar la perspectiva de género en el diseño de acciones públicas y privadas destinadas a mejorar las condiciones del entorno empresarial y el mejoramiento de la oferta de servicios financieros y no financieros para las PYME exportadoras.

2.2.1 Mejoras en las condiciones del entorno empresarial

Es importante tomar en cuenta que el entorno empresarial afecta de manera diferente a la mujer que al hombre, sobre todo en lo que se refiere a la cultura salvadoreña. Uno de los aspectos que debe tener un cambio, para poder lograr que la situación para empresarios y empresarias se equipare, son los valores expresados en la cultura dominante del país.

Si bien es cierto que ahora se está avanzando en la concientización de la equidad de género desde la infancia mediante algunas acciones que se impulsan desde el Ministerio de Educación y otras instituciones, los resultados de esto serán visibles hasta dentro de un período prolongado de tiempo. En primer lugar, se debería comenzar por diferenciar el género en el lenguaje cotidiano. Adicionalmente, para el ámbito laboral es menester hacer del conocimiento de la población en general los obstáculos puntuales que las mujeres deben enfrentar para el desarrollo de su capacidad empresarial, así como ejemplos de empresarias exitosas.

Esto es importante pues la mayoría de las personas no reconoce el trabajo doméstico, el trabajo de madre y educadora y el rol que debe asumir la mujer en la sociedad como una labor adicional al empresarial. No se está consciente que esta doble jornada laboral incide en el desempeño de una mujer al frente de una empresa y por ende, las retrasa o rezaga para alcanzar al mismo tiempo que los propietarios de PYME, las metas empresariales propuestas.

La difusión casi total de empresario exitoso masculino y la poca visualización de experiencias de empresarias exitosas, hace que se divulgue y profundice la creencia que sólo los empresarios masculinos alcanzan el éxito en el área de exportación. Sin embargo, sí existen mujeres que logran destacarse y ser empresarias exportadoras exitosas, por lo cual debería de darse a conocer la trayectoria y la experiencia vivida por estas empresarias y convertirse así en un ejemplo a seguir para las demás mujeres al frente de empresas que están incurriendo o siguen desarrollando su oferta exportable.

Por otra parte, como se constató en el trabajo de campo, ningún ente que brinda apoyo para el fomento de la exportación incorpora en sus estrategias el enfoque de género. Si bien es cierto que no existe discriminación en cuanto al otorgamiento de las herramientas de apoyo para las empresas exportadoras, la no inclusión de un enfoque de género hace que el alcance del apoyo brindado sea desigual para mujeres y hombres propietarios(as) de PYME exportadoras.

En la publicidad de la gestión del gobierno salvadoreño actual se menciona que se otorgará apoyo especial para las mujeres. Sin embargo en el apartado del plan de gobierno dedicado a las MIPYME, no se menciona ninguna estrategia que conlleve a que el fortalecimiento de las capacidades productivas, comerciales y gerenciales -que permite establecer a las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales-, sean beneficiosos de igual manera para los y las empresarios(as) de PYME. Esto es porque no existe conocimiento sobre el alcance y beneficio desigual de los instrumentos de apoyo para el desarrollo de la capacidad exportadora de propietarios y propietarias, cuando las políticas públicas carecen de enfoque de género.

Por lo tanto, es necesario un enfoque de equidad de género, que permita visualizar y reconocer la existencia de relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres expresadas en injusticia, subordinación o discriminación hacia las mujeres, lo que se traduce en la forma de condiciones laborales y de vida inferiores. El enfoque de género trata de humanizar la visión de desarrollo, por lo cual, una política que tenga como propósito el desarrollo económico y social debe basarse en la equidad de género; y las herramientas, instrumentos y mecanismos que de ella se deriven deben implementarse, garantizando la igualdad de condiciones, tanto para los hombres como para la mujeres.

2.2.2 Mejoras en las condiciones de entrega de la oferta de servicios de desarrollo empresarial.

Es menester hacer la diferencia entre la disponibilidad de la oferta de servicios de desarrollo empresarial y la entrega de los mismos. No es que las mujeres empresarias se encuentren exentas de acceder a la gama de instrumentos ofrecidos para el desarrollo de la oferta exportable de las empresas, más bien las condiciones de entrega no son las más convenientes.

Los horarios y lugares de capacitación son un buen ejemplo para mejorar la entrega de los servicios ofrecidos, pues éstos generalmente no son los más accesibles para las empresarias. Debería hacerse una investigación cuál es el horario más apropiado de las capacitaciones que no excluya inconscientemente la participación de las mujeres. Se puede recomendar seguir el proyecto de guarderías móviles, el cual consiste en instalar en el establecimiento donde se implementa la capacitación, un lugar en donde se tenga personal apto para el cuidado de niños(as) que incluyan diferentes entretenimientos. Esto para que las mujeres empresarias que no cuenten con ayuda para el cuidado de sus hijos(as) y los tengan que llevar con ellas a las capacitaciones, puedan dejarlos en buenas manos y aprovechar al máximo la información que se les provee. Esto podría ayudar a disminuir el tiempo que necesita una mujer propietaria de PYME para iniciar su proceso de exportación

Por otra parte, debido a la brecha tecnológica que existe entre hombres y mujeres (estando la mujer en desventaja), el conocimiento y lenguaje técnico no es manejado en su totalidad por las empresarias. Es necesario reconocer este aspecto pues toda la información que se quiere transmitir en las capacitaciones pueda que no sea comprendida totalmente por las mujeres, teniendo como consecuencia que los resultados de la misma no sean los más efectivos.

A pesar que en los programas de apoyo para las PYME exportadoras se contempla la asistencia técnica, debería ser reforzado para las mujeres empresarias de PYME. La tecnificación de los procedimientos y el manejo de las TIC es uno de los elementos que incide positivamente en el desarrollo de una empresa exportadora exitosa. Es recomendable que la enseñanza sobre el manejo de las TIC no se limite al uso básico de la computadora y otras herramientas, sino que estas sean aprovechadas al máximo para hacer más eficiente tanto el proceso de producción como el proceso de comercialización de las PYME propiedad de mujeres.

En lo que se refiere a las ferias y misiones comerciales, debe haber una buena capacitación a las empresarias de PYME previo al viaje para poder saber bien lo que se debe hacer y cómo atraer a inversionistas, o vender su producto en el exterior. Si bien es cierto que este es un aspecto que debe ser mejorado tanto para hombres como mujeres, en el caso de la mujer debería de buscarse la forma en que estos viajes interfieran lo menos posible con el trabajo doméstico que la mayoría de empresarias deben llevar a cabo.

2.2.3 Mejoras en las condiciones de acceso a la oferta de servicios financieros.

Deben existir programas específicos de acceso al crédito para mujeres, teniendo en cuenta sus características particulares y no clasificarlas como un grupo en desventaja, tal como el caso de indígenas y discapacitados.

Los programas de crédito deberían tener en cuenta que las mujeres se desenvuelven en su mayoría en el sector de la pequeña empresa y que en

general carecen de activos fijos para colocarlos en garantía; por lo que su diseño debería cambiarse de modo que facilite el traslado de las mujeres situadas en dicho segmento, hacia otros de mayor productividad. Lo anterior podría lograrse con la inclusión de los activos circulantes como garantías; ya que los activos con los que cuentan las empresarias son, en su mayoría, mercaderías para la venta. Por lo tanto, se deberían adecuar las exigencias de garantías a las capacidades reales de las mujeres.

Una alternativa para que las mujeres propietarias de PYME tengan mayores oportunidades de acceso al crédito es la creación de un fondo de garantía como el mencionado anteriormente, pero dirigido especialmente a empresarias que no cuenten con activos que estén registrados a su nombre.

Con respecto a los recursos financieros, debería existir una metodología de otorgamiento de créditos que tenga en cuenta las diferencias entre hombres y mujeres, entre estas: las actividades a las que se dedican y el segmento productivo en el que se ubican. Sin embargo, el acceso al crédito por si mismo no resolverá o eliminará los obstáculos al crecimiento de las empresas de mujeres, ya que debe tenerse en consideración las condiciones de plazo y de interés; por lo que éstas deben ser favorables para la capitalización de las PYME de mujeres. Las actuales condiciones crediticias elevan los costos de las empresas propiedad de mujer reduciendo su rentabilidad, con lo cual se limita las posibilidades de desarrollar su oferta exportadora. Una alternativa para mejorar las condiciones crediticias de las propietarias de PYME, podría ser la renegociación de las tasas de interés después de un plazo considerado prudente por la institución crediticia, el cual demuestre que la empresaria ha sido puntual en sus pagos y que por tanto, podría disminuir el riesgo de incumplimiento. Lo anterior podría llevar a que las empresarias tengan mayores oportunidades de crecimiento, así como a diversificar su oferta exportable; lo cual incrementaría la posibilidad de trasladarse a segmentos más productivos y mercados competitivos.

Para concluir la exposición de los resultados y recomendaciones de este estudio, es oportuno señalar que, dado el papel fundamental que las PYME

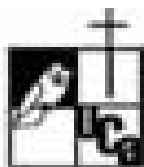
tienen dentro de la economía salvadoreña, es un asunto de interés nacional la adopción de una estrategia integral orientada a mejorar sus indicadores de desempeño y sobre todo, a insertarlas dentro del modelo de desarrollo económico y social.

Las PYME en general, y en particular las PYME exportadoras, deben dejar de ser un objeto de propaganda de las políticas gubernamentales y de los partidos políticos; también deben dejar de ser objeto de acciones puntuales o aisladas de los grandes contenidos y directrices de las políticas macroeconómicas y sectoriales. El sector de la PYME debe ser considerado un pilar fundamental del desarrollo económico, social y político del país, y su participación en todas las dimensiones de este desarrollo debe ser potenciada de manera equitativa, esto es, asegurando que tanto las empresas propiedad de mujeres como las empresas propiedad de hombres participen, incidan y se beneficien del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Angel, Amy. Cambios institucionales, regulatorios y productivos frente al CAFTA: el caso de El Salvador, Latin American Trade Network, 2005.
- Banco Mundial. CENTROMYPE, FUNDES. Desarrollo de la MIPYME, políticas de apoyo y CAFTA, grupos focales El Salvador, El Salvador, 2005.
- Camacho, Edna. Apertura comercial y ajuste de las empresas. San José Costa Rica, 1992.
- Espino, Alma. Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género, CEPAL 2005.
- FUNDES. Buenas prácticas de las PYME exportadoras exitosas. PYMEX: el caso chileno, Santiago de Chile, 2004.
- FUSADES. Informe de Desarrollo Económico y Social 2005, Hacia una MIPYME más competitiva, El Salvador, 2006.
- La PYME en Centro América y su vinculación con el sector externo, CEPAL, [En línea]:
<http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/1/9581/P9581.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/mexico/tpl/top-bottom.xsl>
- Lacayo, Miguel. Las Oportunidades del Libre Comercio y las MIPYMES, [En línea]: www.cafta.gob.sv
- Martínez, Julia Evelin. Desafíos y oportunidades de las PYME salvadoreñas, El Salvador, 2002.
- Martínez, Julia Evelin. Los retos de la competitividad de la economía salvadoreña, desde una perspectiva de género en ECA, (año LX No. 681-682 Número monográfico), El Salvador 2005.
- Martínez, Julia Evelin. Estado actual y perspectivas de las micro, pequeñas y medianas empresas en El Salvador: lineamientos para la elaboración de una política integral de desarrollo, El Salvador, 2005.
- Ministerio de Economía de El Salvador. Oportunidades de las MIPYMES en el TLC, [En línea]:
<http://www.minec.gob.sv/media/downloads/Descargas/Estudio%20de%20Oportunidades%20MIPYMES.pdf>

- Ministerio de Economía de El Salvador. CAFTA: versión libre ilustrada, [En línea]: www.cafta.gob.sv
- Rueda-Junquera, Fernando. El Futuro económico de Centroamérica tras el DR-CAFTA: una oportunidad exenta de riesgos, Junio de 2006, [En línea]: <http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/994.asp>
- Seminario internacional sobre privatizaciones eléctricas. Internacional de Servicios Públicos. [En línea]: http://www.laneta.apc.org/seminario_privatizaciones/ISPOscar%20Rodr%EDguezCR.html
- Ueki, Y., Tsuji, M. y Cárcamo, R. Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia Oriental, CEPAL 2005.
- Weeks, J; Seiler. Actividad empresarial de la mujer en América Latina, Banco Interamericano de Desarrollo 2001.

ANEXOS**Encuesta a Empresarios/as de PYME**

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
"JOSÉ SIMEÓN CAÑAS"

1. Nombre completo: _____

2. Sexo
Femenino Masculino

3. Posición que ocupa en la empresas (puede seleccionar dos opciones)
 01. Dueño/a
 02. Co-dueño/a
 03. Gerente General
 04. Administrador/a
 05. Presidente/a de la Junta Directiva
 06. Otra: (indicar) _____

4. Edad
 01. De 18 a 25
 02. De 26 a 35
 03. De 36 a 45
 04. De 46 a 55
 05. Más de 56

5. Estado Civil

- 01. Casado /a
- 02. Soltero/a
- 03. Divorciado/a
- 04. Unión Libre
- 05. Viudo/a

6. ¿Tiene hijos/as? Indique el número: _____

7. Escolaridad

- 01. Primaria
- 02. Secundaria
- 03. Bachillerato
- 04. Carrera técnica
- 05. Estudios Universitarios
- 06. Maestría
- 07. Doctorado

8. ¿Domina usted otros idiomas aparte del español?

Sí No

9. Sí domina otro idioma indique (puede seleccionar más de una opción)

- 01. Inglés
- 02. Francés
- 03. Alemán
- 04. Otros

10. ¿Es miembro de alguna Asociación Gremial?

Sí No

11. Si es miembro de alguna asociación gremial indique (puede seleccionar más de una opción)

- 01. CCIES
- 02. AMPES
- 03. ASI
- 04. COEXPORT
- 05. OTRO

12. Indique la utilización del siguiente equipo en su empresa (puede seleccionar más de una opción)

- 01. Computadora
- 02. Internet
- 03. Correo electrónico
- 04. Página Web
- 05. FAX
- 06. Fotocopiadora
- 07. Scanner
- 08. Skype
- 09. Estructura de red

13. Nombre de la Empresa:

14. Año de fundación: _____

15. Características de la empresa

- 01. Familiar
- 02. Sociedad Anónima
- 03. Otra: _____

16. Registra la empresa

- 01. IVA
- 02. ISSS
- 03. Registros sanitarios
- 04. AFP
- 05. INSAFORP

17. Indique el número de empleados fijos con los que cuenta la empresa

18. Del total de empleados fijos, ¿Cuántas son mujeres y cuántos son hombres?

Mujeres _____ Hombres _____

19. Años exportando

- 01. 1- 5 años
- 02. 6 – 10 años
- 03. más de 10 años

20. ¿Qué porcentaje de la producción total de la empresa se exporta actualmente?

21. Mencione los tres principales productos que exporta la empresa actualmente.

- 01. _____
- 02. _____
- 03. _____

22. ¿Cuáles son los principales mercados destino de las exportaciones de la empresa? (puede seleccionar más de una opción)

- 01. Centroamérica
- 02. República Dominicana
- 03. México
- 04. Estados Unidos
- 05. Unión Europea
- 06. Asia
- 07. Otros

23. ¿Cuál es el monto aprox. anual de las exportaciones?

24. ¿Cuál es el monto aproximado anual de las ventas locales?

25. ¿Ha tenido su empresa algún impacto a causa de la entrada en vigencia de los TLC, en particular el CAFTA, en el mejoramiento de su capacidad exportadora?

No Sí

26. Si su empresa ha tenido algún impacto indique

- 01. Aumentaron las exportaciones de la empresa
- 02. Disminuyeron las exportaciones de la empresa
- 03. Disminuyo el costo de los insumos
- 04. Se cuenta con más variedad de insumos
- 05. Aumentó la competencia
- 06. Otro: _____

27. Desde su perspectiva, cuales son los 5 principales problemas que ha tenido que enfrentar su empresa para poder desarrollar su oferta exportadora.

01. Falta de crédito

02. Falta de conocimiento del mercado

03. Falta de contactos

04. Falta de tecnología

05. Problemas de calidad de los productos

06. Barreras arancelarias

07. Barreras no arancelarias (registro sanitario, permisos, etc.).

28. ¿Piensa que tanto mujeres y hombres propietarios de PYME exportadora se enfrentan a los mismos problemas?

Sí (pase a la pregunta 30) No

29. Si piensa que no se enfrentan a los mismos problemas, según su experiencia ¿cuáles serían los problemas en los que podrían diferenciarse? Mencione 3.

01. _____

02. _____

03. _____

30. Indique 5 necesidades o requerimientos de la empresa para desarrollar su capacidad exportadora.

01. Créditos

02. Capacitaciones

03. Acceso a tecnología

04. Acceso a mayor información

05. Otros (mencione) _____

31. ¿Ha recibido su empresa algún tipo de apoyo por parte de instituciones tanto públicas como privadas?

No Sí

32. Si su respuesta es afirmativa, indique el tipo de apoyo que su empresa ha recibido (puede seleccionar más de una opción)

01. Crédito

02. Información sobre ferias

03. Financiamiento de viaje a ferias

04. Capacitaciones

05. Otros

(mencione) _____

33. Sí su empresa ha recibido apoyo, indique que Institución se lo han brindado (puede seleccionar más de una opción)

01. FOEX

06. CENTROPYME

02. CONAMYPE

07. AMPES

03. COEXPORT

08. PROPEMI – FUSADES

04. EXPORTA

09. EUROCENTRO – FUSADES

05. CCIE

34. ¿Si su empresa ha recibido apoyo de alguna institución, como evaluaría usted el trabajo de ésta?

01. Proceso burocrático

04. Difícil de contactar

02. Proceso no burocrático

05. Eficiente

03. Asistencia constante

06. Deficiente

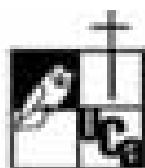
35. Si ha recibido algún apoyo de instituciones, según su experiencia, ¿el acceso a este es más favorable para?:

01. Hombres propietarios de PYME

02. Mujeres propietarias de PYME

03. Acceso igual

Cuestionario Entrevista Instituciones de Apoyo PYME



UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
"JOSÉ SIMEÓN CAÑAS"

1. ¿Cuántas PYME son atendidas actualmente por la Institución?

2. ¿Cuántas o qué porcentaje de estas empresas atendidas son exportadoras?

3. Del total de PYME exportadoras. ¿Cuántas son pequeñas y cuantas medianas empresas?

4. Del total de PYME exportadoras atendidas por esta institución. ¿Cuántas o qué porcentaje son propiedad de hombre y cuántas son propiedad de mujeres?

5. ¿En qué consiste el apoyo que esta Institución le proporciona a las PYME exportadoras

6. ¿En general, cuáles son los principales problemas a los que se enfrentan las PYME exportadoras como las que tienen potencial exportador, para desarrollar su oferta exportable?

7. Según su experiencia, ¿Cuáles son las áreas en que las PYME que desean exportar o están exportando necesitan más apoyo y/o fortalecimiento?

8. ¿Considera que los empresarios/as que desean exportar o que ya lo hacen, conocen ampliamente los distintos programas de apoyo para las PYME?

9. Cree Ud. ¿Qué la oferta de servicios de apoyo a las PYME que desean exportar o exportan responde a las necesidades particulares de estas empresas?

10. ¿Cómo evalúa usted el apoyo que brinda el gobierno a este sector?

11. Desde su perspectiva, ¿Existe alguna diferencia de género (diferencias en la empresarialidad de hombres y mujeres que limitan en cierta medida a las mujeres de beneficiarse de igual manera de las políticas de apoyo a dicho sector) en cuanto al desarrollo de las PYME exportadoras?

12. ¿Cuáles son según su criterio, algunos obstáculos que las mujeres propietarias de PYME que exportan deben enfrentar y los hombres no?

13. ¿Utilizan en esta institución enfoque de género en el diseño de las estrategias de apoyo a las PYME?

14. ¿Considera necesario contar con un enfoque de equidad de género en el diseño de las estrategias de apoyo a las PYME?

Entrevista Empresas PYME propiedad de mujeres.



UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
"JOSÉ SIMEÓN CAÑAS"

1. ¿Cuáles han sido los factores que motivaron ó posibilitaron a su empresa a exportar?
2. ¿Qué impactos ha tenido el CAFTA en su oferta exportable? ¿Es perceptible un incremento en sus exportaciones?
3. ¿Ve usted la creación de oportunidades ó el surgimiento de problemas para su empresa con la entrada en vigencia del CAFTA?
4. ¿Asiste a capacitaciones, ferias, viajes de negocios? ¿Con qué frecuencia? ¿Cómo lo financia?

5. ¿Las actividades mencionadas anteriormente interfieren en su vida familiar?

6. ¿Cómo se las arregla para atender a su familiar y a su empresa? ¿Tiene empleada doméstica?

7. ¿Ha sentido ó experimentado algún tipo de discriminación como mujer en su desempeño empresarial?

8. ¿Cree usted que las empresas propiedad de mujeres necesitan de algún tipo de servicio de apoyo específico para desarrollarse?

9. ¿Se considera usted una empresaria exitosa? ¿Por qué?

Personas entrevistadas en instituciones de apoyo

- Claudia Vélez, Gerente de Comercio Internacional, EXPORTA El Salvador
- Emma Arauz, Directora de EUROCENTRO, EUROCENTRO, FUSADES
- Doris de Rivera, Gerente Técnico, Asociación Salvadoreña de Industriales
- Roxana de Rauda, Gerente de Comercio Internacional y Mario Magaña, Gerente de Estudios, Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
- Oscar Quintanilla, Director Ejecutivo, FUNDAPYME
- Claudia Sequeira, Gerente de Proyectos, FOEX
- Liliana de Platero, Gerente de Entorno Empresarial, CONAMYPE

Empresas entrevistadas para el trabajo de campo

- Arte Maya Pipil S.A de C.V.
- Bismarckia S.A de C.V
- Clásicos Roxil S.A de C.V
- Crío Inversiones S.A. de C.V.
- Compañía Industrial Alimenticia S.A de C.V
- Distribuidora Cuscatlán S.A de C.V
- Distribuidora Jaguar S.A de C.V
- Droguería Butter Pharma S.A de C.V
- Ernestina Castro S.A. de C.V.
- Encurtidos Lupita S.A de C.V
- EXPORSAL S.A de C.V
- Farmacéutica Rodim S.A. De C.V.
- GAMMA Laboratories, S.A de C.V
- Helados Rio Soto S.A de C.V
- Latin Crafts S.A de C.V
- Manufacturas Fernández S.A de C.V
- Palacio S.A de C.V
- Pulsar Group S.A de C.V
- Samaritana S.A de C.V
- Torogoz S.A de C.V