

Evaluación de la gestión que realiza la microempresa del municipio de Santa Ana

Ovidio Antonio Ágreda Cardona

Licenciado en Economía

ovidio.agreda@catolica.edu.sv

Docente Investigador, Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad Católica de El Salvador, El Salvador

Resumen

Las unidades económicas del estrato productivo de la microempresa del municipio de Santa Ana, República de El Salvador, en su mayoría, adolecen de vacíos de gestión, específicamente en lo relativo a la aplicación sistemática del proceso administrativo.

Ello se intensifica por cuanto que este subsector productivo, hasta la fecha, no ha tenido acceso a los beneficios que generan las políticas públicas que se implementan, con la finalidad de fomentar el desarrollo del sistema empresarial del país. Esto se debe a la imposibilidad que tienen de superar los obstáculos que representan los trámites que han de efectuar para lograr dicho acceso.

Para acceder a los beneficios que les otorgan las políticas públicas han de llenar los siguientes requisitos: Inscripción de la empresa en el Ministerio de Hacienda, obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT), obtención de tarjeta y número de contribuyente (IVA), inscripción de la empresa en el Registro de Comercio, inscripción de Balance General, renovación de matrícula de comercio, obligaciones laborales (inscripción de empleados, y pago mensual de las planillas respectivas, en el sistema de Administradoras de Fondos de Pensiones y en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social, pago de salarios, aguinaldos y otras prestaciones.

Es importante destacar que más del 60% de los microempresarios entrevistados mostró total predisposición a recibir cooperación institucional, en materia de asesoría asistencia técnica, dirigida a apoyar sus esfuerzos para el desarrollo de sus establecimientos. En este caso, la Universidad Católica de El Salvador podría liderar la ejecución de un programa de cooperación institucional, cuyo objetivo central consista en fomentar el desarrollo sostenible de la microempresa del municipio de Santa Ana; sirviendo de modelo para que otras entidades cooperantes lo puedan aplicar en los demás municipios de la República.

Palabras clave. Gestión, microempresa, política pública, desarrollo sustentable.

Abstract

The economic units of the productive stratum of the micro companies in Santa Ana, El Salvador, in most of them, have an empty space in management, specifically related to the systematic application of the administrative process. This is intensified because of this productive subarea, until now, has not have access to the benefits that generate the public policies that are implemented, in order to promote the development of the business system of the country. That's why to the impossibility they have to overcome the obstacles that represent the paper work they have to present to get that access.

To have access to the benefits that give the public policies they have to fulfill the following requirements: registration of the Enterprise to the Ministry of Finances, to get the tax identification number (NIT), to get the card and number of the taxpayer (IVA), registration of the enterprise in the Commerce Registrar office; registration of the General Balance, renewal of the commerce registration, labor duties (registration of the employees) and payment of the payrolls every month in the system of Fund Management of Pension and in the Salvadorian Social Security Institute, wages payment, bonuses and other benefits.

It is important to say that more than the 60% of the micro companies owners interviewed showed total predisposition to receive institutional cooperation in the area of technical assistance counseling addressed to support their efforts for the development of their companies. In order to, the Universidad Católica de El Salvador could lead the execution of a program of institutional cooperation with the main objective to foster the sustainable development of the micro company in Santa Ana that may be used as a model to other companies that may help so they can use them in other places of the Republic.

Key words: Management, micro Company, public politics, sustainable development.

1. Introducción

La investigación diagnosticó la caracterización de la gestión económica que realizan los establecimientos que operan en el municipio de Santa Ana, República de El Salvador, que corresponden al estrato productivo denominado microempresa. Se adoptó el concepto de microempresa establecido oficialmente por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), del Ministerio de Economía de El Salvador, la cual clasifica en dicho estrato productivo a las unidades económicas que tienen hasta 10 trabajadores.

En el Directorio Económico de Empresas 2011 – 2012, publicado por la mencionada institución, destaca que el subsector de la microempresa de El Salvador está conformado por el 96% del total de unidades económicas que existen en el país, a la vez que genera el 51% del total de empleo a nivel nacional, excluyendo las del sector agropecuario. Esto adquiere especial relevancia en cuanto que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha seleccionado a la ciudad de Santa Ana como una de las ciudades emergentes y sostenibles del Continente Americano, haciéndola merecedora de cooperación especial, por parte de dicho organismo internacional.

La problemática abordada fue la referente a los vacíos de gestión que existen en la microempresa del mencionado municipio, las causas principales de dicha situación y las limitantes que implican para el desarrollo de los establecimientos de tan importante subsector productivo.

2. Metodología

Se realizó un estudio de tipo descriptivo, específicamente sobre la gestión que realizan las microempresas que conformaron la muestra.

La población estuvo constituida por las 629 empresas del municipio de Santa Ana, cuyo nivel de empleo es de 1 a 10 trabajadores, utilizando como fuente el Di-

rectorio de Establecimientos 2011 – 2012, publicado por la DIGESTYC. El tamaño de la muestra fue de 129 establecimientos, el cual corresponde al resultado de aplicar las fórmulas siguientes:

a)

$$\text{Donde: } n_o = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

n_o = Tamaño de la muestra sin corregir, o sea sin tener en cuenta aún el tamaño de la población.

Z = Área bajo la curva normal de Gauss, que corresponde a cada nivel de confianza aplicado para generalizar los resultados de la muestra a la población.

p, q = Variabilidad de los fenómenos estudiados, cuyo valor oscila entre 0 y 1

E = Grado de precisión con que se generalizan los resultados a la población.

$$1/n = 1/n_o + 1/N$$

Donde:

n : Tamaño corregido de la muestra.

N : Población. Corresponde al total de establecimientos que operan en el municipio de Santa Ana, cuyo nivel de empleo es de 1 a 10 trabajadores. Ascende a 629 microempresas.

Se aplicó la técnica de la entrevista estructurada y personalizada. El instrumento fue la cédula de entrevista. Estas se efectuaron presentando diversas opciones de respuestas en cada uno de los ítems de la cédula, de manera que las personas entrevistadas tuvieran facilidad de comprender de qué trataba lo que se estaba investigando, en relación con su gestión administrativa, a fin de que expusieran las especificidades propias de su establecimiento.

Posteriormente se realizaron comunicaciones telefónicas con los propietarios o ejecutivos de las empresas de la muestra, con el propósito de concertar fechas y horas de las entrevistas. Tras el vaciado de datos, se

analizó la información recabada y se determinaron las políticas públicas existentes para promover el desarrollo de las empresas del país.

3. Resultados

3.1 Caracterización general de la gestión administrativa de los establecimientos

La gestión administrativa se refiere al conjunto de acciones mediante las cuales el directivo de una empresa desarrolla sus actividades, a través de la aplicación de las fases del proceso administrativo (planeación, organización, integración de personal, dirección y control) a las áreas de producción, administración de personal, mercadeo y finanzas.

Los principales hallazgos sobre la gestión de las empresas fueron los siguientes:

a. Período de tiempo en que fueron creadas las empresas

Del total de establecimientos investigados, 6.2% tienen menos de un año de haber sido creados; 20.9% tienen de uno a cinco años de funcionamiento; el 53.5% poseen más de cinco hasta veinticinco años de existencia; el 10.9% sobrepasan el cuarto de siglo y 8.5% desconocen la fecha de su creación.

b. Forma de tenencia de activos fijos

El 29.5% de empresarios posee en propiedad el local y demás instalaciones que utiliza para su actividad productiva. Igual cantidad de entrevistados lo posee bajo la forma de arrendamiento y el 41.1% opera en el inmueble donde reside con su núcleo familiar.

Con respecto a la maquinaria y el equipo, el régimen de tenencia en propiedad y arrendamiento es respectivamente 36.4% y 13.2%. El 50.4% restante de empresas no requiere de este tipo de activos. En cuanto al mobiliario, el 31.8% lo poseen en propiedad, 27.1% lo ha adquirido con financiamiento a plazos y el resto

(41.1%) hace uso del mismo que tiene en su vivienda. Solamente dos empresas (1.6%) poseen vehículo automotor para utilizarlo específicamente en su actividad productiva y ninguna cuenta con activos intangibles. En otros casos, el local y el mobiliario son de la vivienda donde reside el empresario.

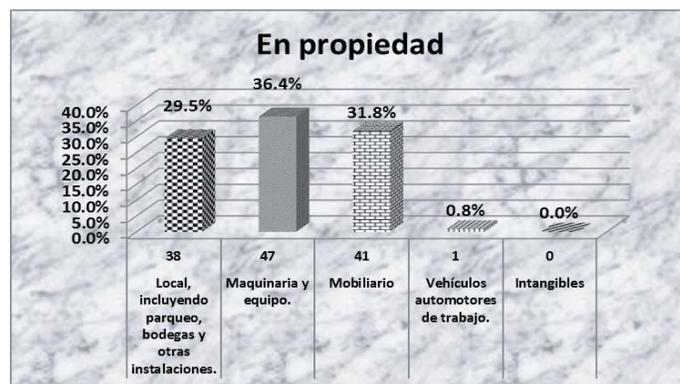


Figura 1. Gráfico sobre caracterización de tenencia de activos por parte de las microempresas

Nota: Los números expresados en cantidades absolutas que se encuentran debajo de cada barra, en las diferentes gráficas de los resultados, indican la cantidad de empresas que corresponde, respectivamente, a la variable que se expresa en la parte inferior de dichos números.

c. Funciones administrativas

• Planeación

Solamente en quince empresas se formulan y ejecutan planes de corto plazo, complementados con proyecciones de largo plazo.

Los entrevistados de algunos de estos establecimientos informaron que los aspectos que se ponen en práctica, como parte de la planeación, son los siguientes: establecimiento de objetivos, realización de investigación de mercado, fijación de horarios de entrada y salida del personal, contratación de personal capacitado, atracción de nuevos clientes por medio de promociones, otorgamiento de un día semanal de descanso remunerado al personal, verificación de la calidad del producto, emisión de facturas (crédito fiscal y consumidor final).

• Organización

Únicamente diecinueve entrevistados afirmaron que implementan formalmente esta función. Los aspectos que indicaron que atienden se refieren a lo siguiente: El personal se contrata verbalmente y se le indica a cada uno cuáles serán sus responsabilidades dentro de la empresa; se les explican las normas laborales, es decir, el reglamento sobre los permisos por enfermedad u otras causas justificables - como la enfermedad grave de un hijo o el fallecimiento de un familiar cercano -; la forma de reposición de horas y días en que se hayan otorgado permisos; los asuetos remunerados; y la prohibición de incurrir en pérdidas de tiempo por asuntos que no corresponden a la actividad de la empresa.

• Integración de personal

Del total de establecimientos investigados, en 35 de ellos se expuso que esta situación se realiza de forma simultánea con la de dirección. Se afirmó que cuidan mucho de la calidad del personal que contratan y que una vez que contratan a una persona le dan una explicación general sobre en qué consiste todo lo que la empresa hace, quiénes son sus clientes, nombres de proveedores de materias primas, relaciones que tienen con la municipalidad y otras instituciones públicas, etc.

• Dirección

Al preguntárseles sobre la dirección, todas las respuestas de los entrevistados fueron afirmativas en el sentido de que sí implementan sistemáticamente esta función, aunque en la realidad solamente en 35 empresas se cuenta con registros, estando algunos de estos en forma física, es decir manuscritos y otros en archivos informáticos.

Los registros efectuados se refieren a órdenes de trabajo, especificando qué ha de hacer cada empleado, con los detalles respectivos sobre materiales, control de calidad antes de recibirlos de los proveedores, sugerencias para la elaboración de los productos, etc.

Cabe indicar que en la mayoría de los 35 establecimientos mencionados, el empresario se ausenta a determinadas horas durante los días hábiles porque atiende diversos tipos de actividades, además de dirigir la empresa. Por ejemplo, lleva los hijos a los centros donde estudian y los recoge a las horas de salida, efectúa visitas a su familia, etc.

Los medios de que se valen los empresarios para actualizarse sobre cómo efectuar de mejor forma la función de dirección de sus establecimientos son los siguientes: artículos publicados en páginas web, redes sociales, libros especializados, televisión, visitas a otras empresas y capacitaciones que ofrece la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador Filial Santa Ana.

• Control

Casi la totalidad de establecimientos cuenta con medidas de control, las cuales se efectúan de manera personalizada por parte de sus propietarios, destacándose que solamente en 24 empresas se efectúa de conformidad a criterios y procesos formalmente establecidos que se tienen disponibles por escrito.

Los registros contienen los resultados de la verificación de inventarios, compras de materias primas, ventas realizadas por período y otros datos de la actividad productiva. Se informó también que efectúan reuniones con el personal para que éste aporte ideas u observaciones sobre lo que se está realizando de forma adecuada o no. Se verifica la calidad del producto terminado, se registra la emisión de facturas al consumidor final y los comprobantes de crédito fiscal.



Figura 2. Número de empresas que aplican sistemáticamente las funciones del proceso administrativo.

d. Áreas de gestión administrativa

• Producción

De la muestra total, 48 entrevistados respondieron que en su empresa se sistematiza la aplicación de esta función, indicando, entre otros datos, que se produce tomando como base los pedidos de los clientes, que existe producción tanto con técnica fabril mecanizada como manual y que se planifica cuánto se producirá en el corto plazo.

Los medios específicos que utilizan algunos empresarios para mantenerse actualizados con respecto a las nuevas tecnologías de producción son los siguientes: artículos especializados publicados en páginas web, redes sociales, congresos, seminarios, asesorías de proveedores, prensa escrita y capacitaciones específicas sobre los productos de la empresa.

Entre los datos específicos, a nivel de algunos establecimientos, se comentó, por ejemplo, que todo lo que se produce se planifica semanalmente, que la confección de vestuario se hace por pasos según las piezas de cada prenda, que en la fabricación de papelería se usan materias primas de los precios más bajos, y que para la elaboración de piñatas se utiliza papel reciclado.

• Personal

Fueron 48 los entrevistados que indicaron que aplican sistemáticamente la administración de sus recursos humanos. Algunos explicaron que a los empleados les otorgan estímulos por metas alcanzadas, les dan lineamientos sobre atención al cliente, los instruyen sobre la forma de elaboración de los productos, los supervisan verificando la cantidad que produce cada uno, hacen una evaluación mensual de su desempeño y fomentan el trabajo en equipo.

• Finanzas

Solamente el 32.6% de entrevistados afirmó que en su establecimiento se efectúan operaciones contables de la actividad productiva. En el resto de empresas se comentó que efectúan los cálculos de mayor importancia, pero sin llevar un registro formal.

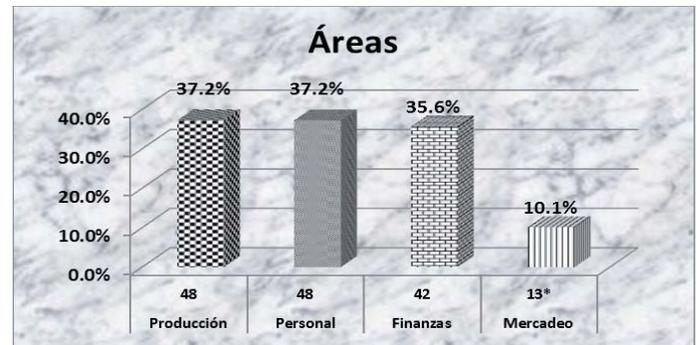


Figura 3. Número de empresas que gestiona sistemáticamente las áreas del proceso administrativo.

El 64.3% de los microempresarios investigados están totalmente dispuestos a participar en programas que desarrollen instituciones gubernamentales u organizaciones del sector privado, que tengan como propósito fomentar el desarrollo de sus establecimientos. No obstante, el 20.9% respondieron rotundamente que no tenían ningún interés de recibir ese apoyo; 10.1% expresaron sus dudas acerca de estar presentes o no en dichos eventos y el 4.7% no dio ninguna respuesta.

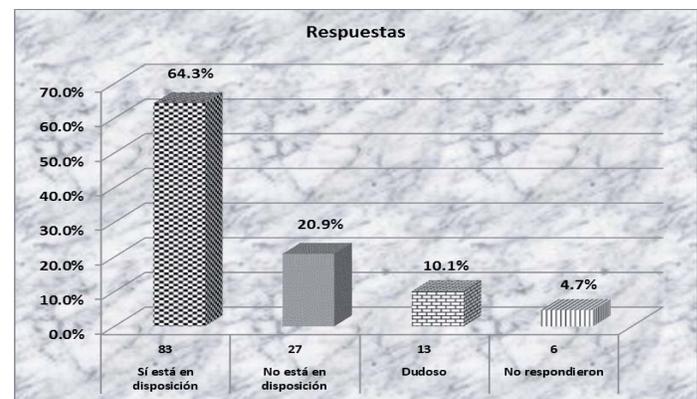


Figura 3. Ilustración gráfica de la predisposición de las empresas a la cooperación institucional

e. Análisis¹ DAFO: Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

La entrevista personalizada sostenida con los empresarios permitió que estos hicieran, de forma espontánea,

1. En la parte correspondiente a la discusión se presenta un breve análisis de estos hallazgos.

nea, un breve diagnóstico de la gestión que efectúan en sus respectivas unidades económicas, identificando los factores internos y externos que inciden en el nivel de alcance de sus objetivos y metas.

Los factores internos se subdividen en debilidades y fortalezas. Los externos se refieren a las amenazas y oportunidades.

A continuación se resume lo expuesto por los informantes, en orden descendente de importancia según la frecuencia de respuestas correspondiente a cada factor.

- **Debilidades**

Falta de: acceso al apoyo del Gobierno, capital de trabajo, capacidad de inversión, garantía para adquirir crédito, publicidad, espacio físico del local, variedad de productos.

- **Amenazas**

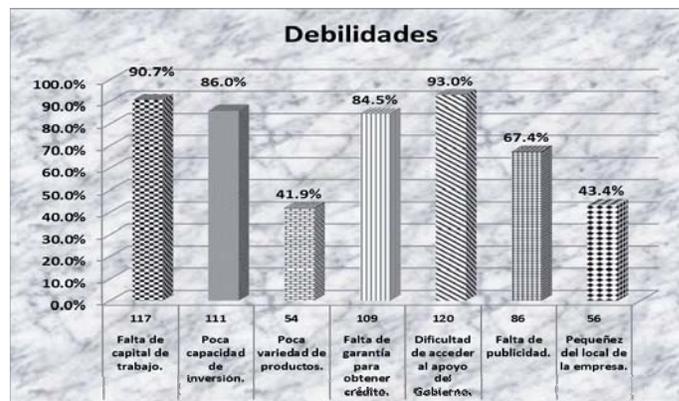
Ningún apoyo por parte del Estado, excesiva burocracia para tramitar diligencias en instituciones gubernamentales, aumentos de los precios de las materias primas, productos importados de bajo precio, contrabando de productos competitivos.

- **Fortalezas**

Completa satisfacción del cliente con el producto, nivel de confianza del productor, precios accesibles al comprador, calidad del producto, experiencia del empresario, antigüedad de la empresa, ubicación del establecimiento, diseños propios del producto, tipo de liderazgo adecuado, tipo de producto con poca competencia.

- **Oportunidades**

Publicitar la empresa sin mayor costo, expandirse en el mercado, mejorar la calidad de gestión, realizar ventas al Gobierno, generar más empleo.



Nota: En la parte superior de cada barra se indica el porcentaje correspondiente al número de empresas que mencionaron la variable respectiva como una de sus debilidades. La diferencia con respecto al 100% corresponde al número de empresas que no poseen dicha debilidad. En igual forma se interpretan las ilustraciones gráficas de las amenazas, fortalezas y debilidades.

- f. **Caracterización del proceso decisorio de las empresas para su posicionamiento de mercado**

- **Realización de estudios formales de mercado**

Únicamente 13 empresas (10.1%) realizan investigación formal de mercado, incluyendo en la misma el desarrollo de encuestas a los consumidores.

- **Plazas donde las empresas tienen posicionamiento**

Casi la mitad de los establecimientos de la muestra (48.8%) ocupa una plaza extremadamente pequeña, ya que su clientela está constituida únicamente por personas que residen en el área urbana del barrio o colonia donde está ubicada la empresa. También es reducida la plaza del 32.6% de unidades económicas, que se limita al área urbana de la ciudad de Santa Ana. El 5.4 % ha logrado posicionarse a nivel del municipio de la misma y el 10.0% se ha expandido hacia otros lugares del Departamento de Santa Ana.

Dos establecimientos (1.6% del total) han expandido su área de ventas a otros sitios de la Zona Occidental e igual número tiene cobertura en el mercado nacional. Ninguna empresa realiza exportaciones al área centroamericana ni tampoco fuera de Centroamérica.

• Aplicación de estrategias de ventas

El 78.3% de empresas se destaca porque aplica la estrategia de dar excelente atención al cliente, a fin de incrementar sus volúmenes de ventas. Asimismo, aunque en menor número, se aplican las siguientes: dar atención preferencial a los clientes frecuentes, otorgar crédito al cliente reconocido, hacer promociones periódicas y agregar artículos gratis al producto ofertado.

• Medios que utilizan los empresarios para mantenerse actualizados sobre aspectos relacionados con sus actividades productivas y el clima de negocios del país.

Casi la totalidad de empresarios (98.4%) utiliza la prensa escrita y los programas especiales de televisión para tener información actualizada acerca de

su actividad productiva y del entorno de negocios respectivo. En igual forma, en orden descendente de importancia, escuchan programas de radiodifusoras, conversan con los clientes, platican con los proveedores, consultan a profesionales y estudiantes universitarios, leen revistas con publicidad comercial, buscan datos en páginas web y asisten a eventos de la empresa privada.

• Estrategias con respecto a los proveedores

La estrategia de mayor peso relativo (42.6%) que los empresarios ponen en práctica en relación con sus proveedores es la de que en ningún caso dejen de proveerles las materias primas u otros insumos. En orden descendente de importancia se aplican las siguientes: que los insumos sean de primera calidad, que los precios de los mismos no sean mayores que los de otros proveedores, que el aprovisionamiento sea oportuno y en la cantidad solicitada, que en casos de que se prevea escasez de los insumos se les comunique con suficiente anticipación, no dar ningún tipo de información sobre la empresa a los competidores. A continuación se ilustran gráficamente los hallazgos en lo relativo a la gestión en el área de mercadeo:

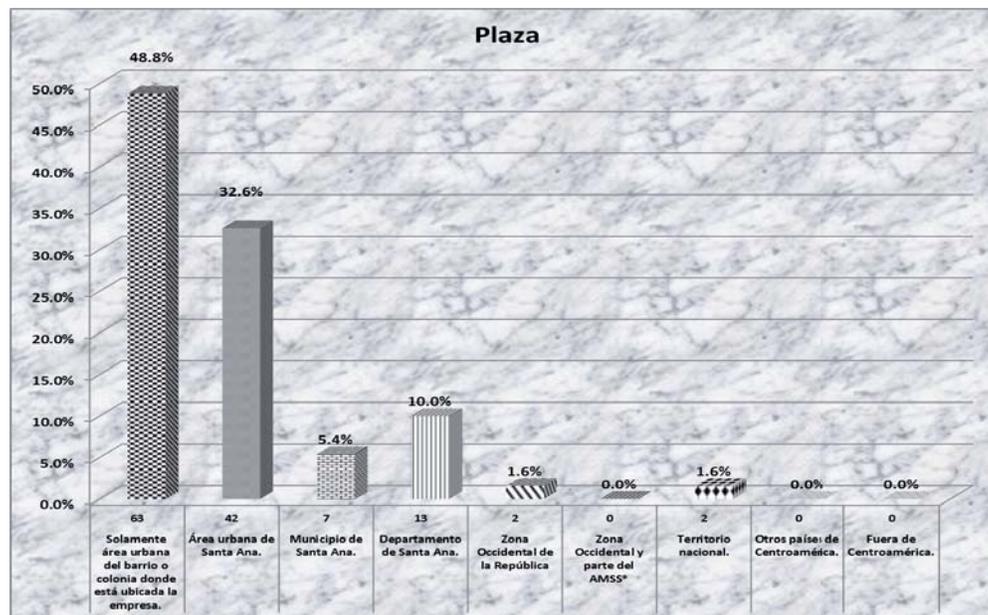


Figura 5. Plaza donde están posicionadas las empresas. Aquí la plaza se refiere al lugar o los lugares donde se comercializa el producto que ofrece una empresa.



Figura 6. Realización de investigación formal de mercado.



Figura 7. Estrategias de ventas

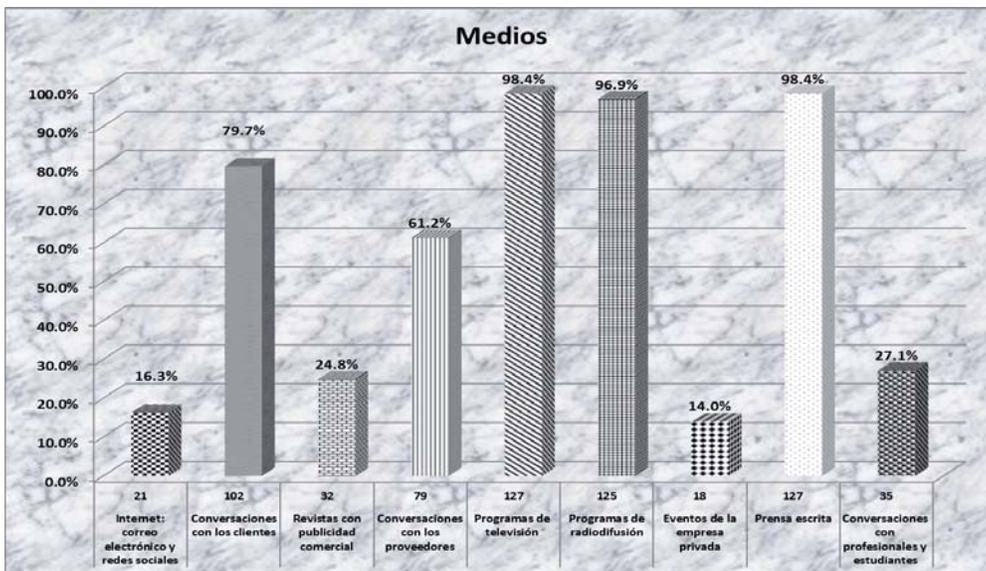


Figura 8. Medios que utilizan los empresarios para mantenerse actualizados sobre el mercado de sus productos.

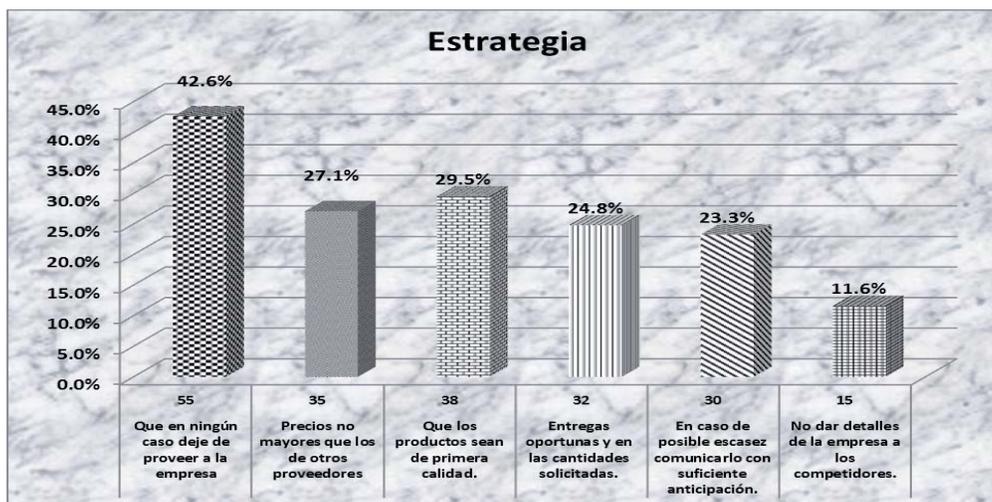


Figura 9. Estrategias de los empresarios con respecto a los proveedores.

a. Caracterización del grado de acceso a las políticas públicas de cooperación institucional dirigida al desarrollo de la empresa.

En relación con el tipo de cooperación institucional que están recibiendo, o han recibido recientemente, por parte del Gobierno para apoyar el crecimiento de sus empresas, los informantes hicieron referencia únicamente al crédito que se les otorga. El 6.2% del total de la muestra obtiene financiamiento en el Banco Hipotecario, el 3.1% en el sistema de FEDECRÉDITO y el 8.5% en el de INSAFOCOOP.

El 60.5% de empresarios afirmó que no reciben ningún tipo de cooperación por parte del Gobierno, ya que ni en materia crediticia reciben apoyo, teniendo que acudir a prestamistas privados no institucionales. El 21.7% omitió responder.

Con respecto a la calificación que otorgan los empresarios a las condiciones en que se les otorgan los créditos, en lo concerniente a tasas de interés, montos, plazos y exigencias de garantía, las respuestas, según

la frecuencia respectiva, fueron las siguientes: excelentes, 3.9%; muy buenas, 7%; buenas, 5.4%; regulares, 38.0%; y malas, 45.7%.

Por otra parte, ninguna empresa realiza actualmente, ni ha realizado anteriormente, ventas de sus productos a escuelas oficiales u otras instituciones gubernamentales. Al respecto, varios entrevistados expresaron que lo han intentado, pero que no lo han logrado debido a las limitantes que existen para hacer la tramitación correspondiente. Por ejemplo, indican que no están en condiciones de cumplir con los requisitos que establece la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública (LACAP).

De conformidad con estos hallazgos, el grado de acceso a las políticas públicas de fomento al desarrollo de las actividades productivas de la microempresa es nulo hasta la fecha, ya que el otorgamiento de crédito efectivamente es básico, pero no es suficiente para lograr que las empresas crezcan.

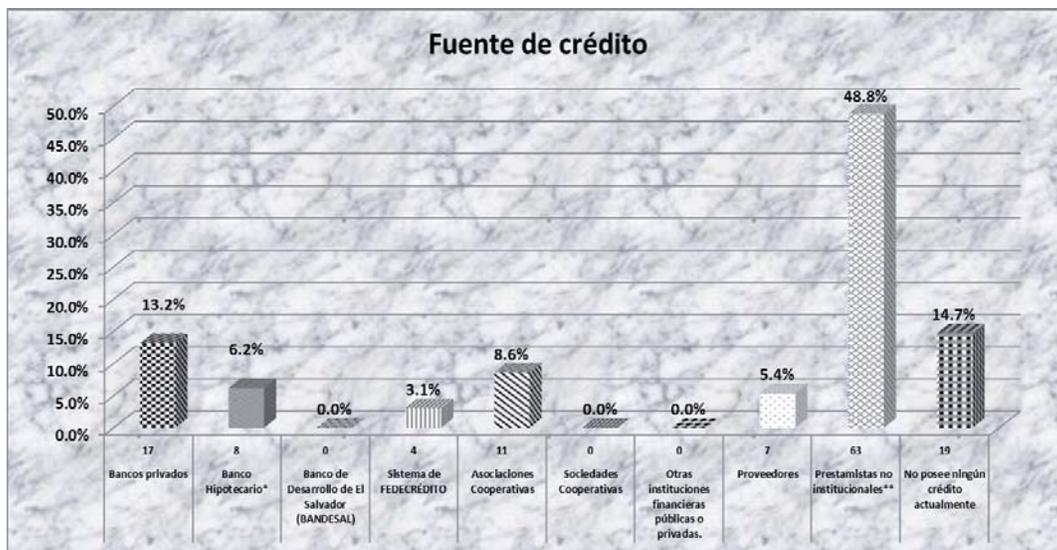


Figura 10. Fuentes de crédito que poseen los microempresarios.





Figura 11. Calificación que otorgan los microempresarios a las condiciones de los créditos que les han otorgado las instituciones.

4. Discusión

Los vacíos encontrados en la gestión administrativa de las microempresas investigadas tienen incidencias significativas en el éxito de estos negocios. Se destaca, por ejemplo, que solamente en el 11.6% de establecimientos se realiza la planeación administrativa y únicamente en el 10.1% se efectúa investigación de mercado. El nivel más alto de sistematización, con respecto al total de empresas investigadas, en lo referente a las distintas funciones y áreas del proceso administrativo es 37.2%.

El resto de unidades económicas (62.8% del total) del total), si bien han logrado permanecer en el mercado, no cuentan con los beneficios que les permitiría alcanzar una sistematización adecuada de sus procesos administrativos. Estas circunstancias son factores que inciden en que solamente un ínfimo porcentaje de establecimientos tenga posicionamiento a nivel de la zona occidental y del territorio nacional. Al respecto, es lamentable que ninguna microempresa realiza exportaciones de sus productos.

Se considera necesario aclarar que el análisis de los resultados obtenidos, en lo que corresponde a la aplicación sistemática de las funciones y áreas del proceso administrativo, no refleja un vacío de gestión insuperable en las unidades económicas que respondieron negativamente los ítems sobre estos aspectos. La coo-



Figura 12. Tipo de cooperación institucional que da el Gobierno a los Microempresarios.

peración institucional que se oriente a superar esos vacíos tiene posibilidades de tener éxito, ya que se cuenta con un elevado índice de interés, de parte de los empresarios, de aprovechar el apoyo que se les ofrezca.

Es del caso agregar que los datos sobre el período de tiempo en que fueron creadas las empresas, muestran que las más recientes inversiones en este estrato productivo son relativamente escasas. Por otra parte, casi la totalidad de los establecimientos ha subsistido ante las diversas circunstancias que han ocurrido en la economía nacional, la cual, además de la problemática interna del país, ha sido afectada por las crisis financieras internacionales, entre estas la de 2008, que incidió en que la variación anual del PIB de 2009 fuera negativa.

Los hallazgos en materia de tenencia de activos fijos por las empresas, conducen a inferir que existen grandes carencias de este subsector productivo en materia de infraestructura. En efecto, se observó que la mayoría de establecimientos funciona en condiciones físicas precarias, ya que los activos que utiliza la mayoría de establecimientos no son los más adecuados para que sus actividades se puedan realizar con toda eficiencia y eficacia. Por ejemplo, al mismo tiempo que atienden a la clientela están efectuando diversas labores domésticas, incluyendo la atención de niños recién nacidos.

El análisis DAFO ha contribuido a detectar una gran cantidad de aspectos que merecen atención institucional, en la cual el Gobierno debe asumir un rol de efectivo apoyo a los microempresarios, no solamente del municipio de Santa Ana sino de todo el territorio nacional. Los empresarios fueron honestos y amplios al declarar sus debilidades, pero también en indicar las amenazas, así como también las fortalezas que les enorgullecen y las oportunidades que pueden aprovechar con su esfuerzo y la cooperación que se les ofrezca.

El conocimiento de la realidad prevaleciente en el subsector investigado no es óbice para promover su desarrollo sustentable. Por ejemplo, no es difícil para las organizaciones de apoyo a las empresas, buscar solución al hecho de que ninguna unidad cuenta con activos intangibles, no obstante que algunos microempresarios han efectuado innovaciones, propias de su creatividad, en diseños y contenidos de sus productos, las cuales no han patentado en el Centro Nacional de Registros, mientras varios competidores se han apropiado de su invención y la están explotando comercialmente sin restricción alguna.

5. Referencias

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2012). Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles. Recuperado de: <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2012-03-20/reunion-anual-2012-iniciativa-ciudademergente,9883.html>

Chiavenato, I. (2004). Introducción a la Teoría General de la Administración. 7ª. Edición. McGraw-Hill Interamericana. México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (1991). El desarrollo sustentable: transformación productiva, equidad y medio ambiente. Recuperado de: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/2138-el-desarrollo-sustentable-transformacion-productiva-equidad-y-medio-ambiente>

Day, R.A. (1999). Cómo Escribir y Publicar Trabajos Científicos. 2ª. Edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington DC.

Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC) (2012). Directorio de Unidades Económicas 2011 – 2012. Recuperado de: <http://www.digestyc.gov.sv/index.php/novedades/avisos/aviso-empresa/264-directorio-de-unidades-economicas-2011-2012.html>

En conclusión, ninguna de las unidades económicas investigadas tiene acceso a la oferta de beneficios de las políticas públicas que se aplican para fomentar el crecimiento de las empresas del país. Esta situación incide en que los establecimientos enfrentan fuertes desafíos, los cuales únicamente podrían superar con la cooperación institucional dirigida a promover su desarrollo sustentable, así como también con un efectivo acceso a los beneficios de la política pública de fomento al crecimiento de los sectores productivos de la nación.

La Universidad Católica de El Salvador juega un rol destacado en el país en los diferentes aspectos de la Misión y Visión que proclama y pone en práctica, siendo el desarrollo sostenible de la microempresa del municipio de Santa Ana uno de los retos principales que se ha planteado, el cual puede potenciar al máximo aprovechando la predisposición que tienen los gestores de este importante subsector de la economía local, de participar activamente en los programas de cooperación institucional dirigidos a promover su crecimiento.

- Koontz, H. (2011). *Administración. Una Perspectiva Global*. 11ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Margalef, J. C. (2000). *La Gestión del Crecimiento de la Empresa*. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España. 1ª Edición
- Migliaro, L.R. (1991). *Empresas de Trabajadores y Economía de Mercado*. 2ª. Ed. Ediciones PET. Chile.
- Parkin, M. (2010). *Microeconomía. Versión para América Latina*. 9ª. Edición. Editorial Pearson Educación S. A. de C. V. México.
- Scarano, E.R. (2004). *Manual de Redacción de Escritos de Investigación*. 1ª. Edición. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina.