

# Diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de medianas y grandes empresas con emprendimientos de mujeres



Proyecto LibRES: “Por un El Salvador sin Violencia de Género”





# CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	5
AGRADECIMIENTOS	7
INTRODUCCIÓN	9
<b>I.</b> OBJETIVOS	<b>11</b>
<b>II.</b> JUSTIFICACIÓN	<b>15</b>
<b>III.</b> ALCANCES	<b>19</b>
<b>IV.</b> METODOLOGÍA	<b>21</b>
<b>V.</b> CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES Y SU LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	<b>23</b>
<b>VI.</b> RESULTADOS OBTENIDOS DEL LEVANTAMIENTO DEL DIAGNÓSTICO	<b>35</b>
<b>VII.</b> PRINCIPALES HALLAZGOS SOBRE LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS PARA LA GENERACIÓN DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS	<b>45</b>
<b>VIII.</b> IDENTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE EMPRESAS PARA CONTRATACIÓN	<b>57</b>
<b>IX.</b> ANÁLISIS DE SECTORES DE INTERÉS	<b>63</b>
<b>X.</b> OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN A CADENAS DE VALOR	<b>71</b>
<b>XI.</b> CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	<b>75</b>
<b>XII.</b> ANEXOS	<b>81</b>

Elaborado por

**Fundación para el autodesarrollo de la micro y pequeña empresa, FADEMYPE**

San Salvador, mayo 2024

Este “Diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de medianas y grandes empresas con emprendimientos de mujeres”, fue elaborado gracias al apoyo del pueblo y Gobierno de los Estados Unidos, a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, USAID. Las opiniones expresadas en este documento son responsabilidad de los autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.

# RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio aborda la necesidad de los emprendimientos de integrarse a las cadenas de valor con medianas y grandes empresas. Esta carencia ha obstaculizado el desarrollo económico inclusivo y sostenible.

Para resolver esta problemática, proponemos una solución integral basada en la identificación precisa de las necesidades empresariales, el análisis estratégico de requerimientos y la articulación efectiva de emprendimientos en cadenas productivas existentes. La estrategia se centra en establecer vínculos colaborativos entre los emprendimientos locales y las demandas específicas de medianas y grandes empresas, adaptándose a las dinámicas del mercado.

La implementación de esta solución se traducirá en un fortalecimiento del tejido empresarial local. Generará empleo, mejorará la calidad de vida de los emprendedores y contribuirá al desarrollo socioeconómico. La identificación precisa de necesidades y requerimientos empresariales promoverá la competitividad de los emprendimientos, fomentando su sostenibilidad y adaptación al entorno comercial. La integración en cadenas productivas existentes abrirá oportunidades para la diversificación económica, el acceso a nuevos mercados y la mejora continua de productos y servicios.

Durante la investigación, se identificaron necesidades específicas de bienes y servicios demandados por medianas y grandes empresas en los departamentos priorizados. Además, se destacaron potenciales cadenas de valor según la ubicación geográfica. Se observaron desafíos comunes enfrentados por los emprendimientos, como problemas de formalización y limitaciones de capital.

Las conclusiones resaltan la importancia de la colaboración empresarial para superar desafíos comunes y fortalecer la posición de los emprendimientos en el mercado. Se subraya la relevancia de la perspectiva de género y la sostenibilidad en las relaciones comerciales, así como estrategias para el desarrollo sostenible a largo plazo.

Las recomendaciones se orientan hacia el establecimiento de redes de colaboración, la participación en iniciativas de desarrollo empresarial, la promoción de la diversificación de productos y servicios, y el aprovechamiento de la perspectiva de género en las relaciones comerciales.

En conclusión, este diagnóstico no solo aborda necesidades específicas y desafíos identificados en los departamentos prioritarios, sino que también destaca la importancia estratégica de la vinculación a cadenas de valor para el desarrollo económico y competitividad. La relevancia del trabajo radica en su potencial para actuar como catalizador de cambio, propiciando una economía local más diversificada, inclusiva y sostenible. La colaboración empresarial, la identificación de oportunidades y la mejora continua son fundamentales para el éxito de los emprendimientos.

Como metas a mediano plazo, se recomienda la implementación de estrategias específicas para la integración de emprendimientos en cadenas de valor, contar con una herramienta digital como plataforma de vinculación comercial, el desarrollo de programas de capacitación y apoyo financiero, la fomentación de la diversificación de productos y servicios, el establecimiento de vínculos colaborativos y una evaluación constante para ajustar estrategias y maximizar beneficios económicos y sociales.



# AGRADECIMIENTOS

En la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS) creemos en la mejor versión de El Salvador y lo hacemos mediante la transformación sostenible de las personas, las organizaciones y la sociedad. Es por ello que gracias al Proyecto LibrES por un El Salvador Sin Violencia de Género; incidimos para que las empresas puedan incluir la igualdad de género en el desarrollo productivo empresarial, favoreciendo la transformación hacia una cultura laboral inclusiva, de respeto hacia los derechos humanos de las personas, incluyendo ambientes armoniosos y libres de cualquier tipo de violencia de género. Además, FUNDEMÁS, comprometido con el desarrollo económico local de las mujeres emprendedoras promueve la formación empresarial desde la perspectiva de restitución de derechos para que las emprendedoras se empoderen, desarrollen sus negocios y aumenten sus posibilidades de éxito. Por lo anterior, este documento busca identificar cuáles son aquellos factores que faciliten enlazar negocios liderados por mujeres, con alto potencial de vinculación, con empresas medianas y grandes. De esta forma, buscamos crear alianzas estratégicas que promuevan el crecimiento y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

Estamos convencidos de que, trabajando juntos, podemos construir un El Salvador más justo, equitativo y próspero para todas y todos.



# INTRODUCCIÓN

Este **diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor entre medianas y grandes empresas y emprendimientos liderados por mujeres** se presenta como una herramienta clave para identificar las principales necesidades de productos y servicios de las empresas en los departamentos prioritarios. Su objetivo es fortalecer el tejido empresarial local y promover un crecimiento económico sostenible, beneficiando tanto a las empresas participantes como a los emprendimientos liderados por mujeres.

A su vez, se dan a conocer los principales requerimientos que solicitan las empresas para identificar acciones estratégicas que contribuyan a potenciar la competitividad de los emprendimientos y así mejorar su integración en las cadenas productivas, ya que, al fortalecer la posición de estos, se fomenta la colaboración empresarial, se diversifica la economía local, se genera empleo y mejora la calidad de vida de los emprendedores locales. Otro aspecto relevante es la apertura de nuevos mercados y clientes que se logrará al optimizar las oportunidades de vinculación a cadenas de valor, esto estimulará la innovación y el constante mejoramiento de los productos y servicios ofrecidos por estos emprendimientos, impulsando así su competitividad y desarrollo.

Con este Diagnóstico, se logrará aumentar la colaboración entre empresas de diferentes tamaños y contribuir al desarrollo económico local.





I.  
**OBJETIVOS**





# I. OBJETIVOS



## GENERAL

---

Realizar diagnóstico que aporte información sobre las necesidades y requerimientos de las empresas en la adquisición de bienes y servicios para identificar oportunidades de vinculación a cadenas de valor de micro y pequeños emprendimientos en las zonas de influencia del Proyecto LibreES: Por un El Salvador sin de violencia de género.

## ESPECÍFICOS

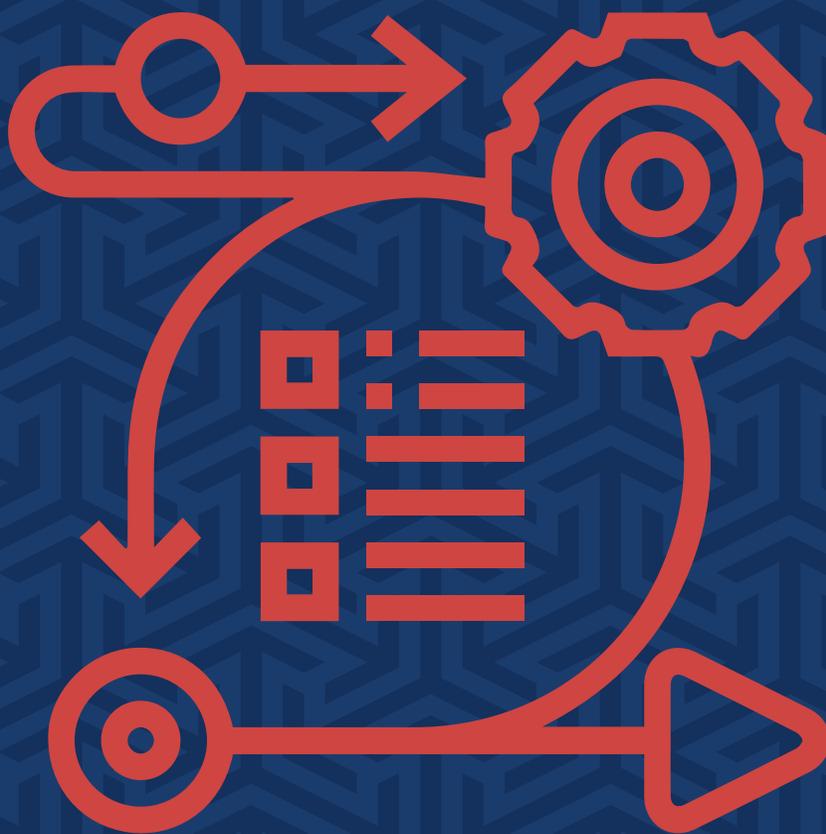
---

- a.** Realizar un diagnóstico exhaustivo de las necesidades de bienes y servicios de medianas y grandes empresas de los departamentos de San Salvador, Santa Ana y San Miguel.
- b.** Analizar las oportunidades y estrategias de vinculación a cadenas de valor para micros y pequeños emprendimientos que permitan fortalecer su participación en el mercado y faciliten su integración en las cadenas productivas existentes, propiciando así un crecimiento económico más inclusivo y sostenible.





## II. JUSTIFICACIÓN





## II. JUSTIFICACIÓN



### **Fortaleciendo el tejido empresarial femenino a través de la vinculación con cadenas de valor**

El presente diagnóstico tiene como objetivo principal impulsar el desarrollo económico y la competitividad en los departamentos de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, a través del fomento de la vinculación entre emprendimientos liderados por mujeres y cadenas de valor de medianas y grandes empresas.

La integración efectiva de estos emprendimientos a las cadenas de valor generará un impacto positivo en diversos aspectos:

- 1. Dinamización de la economía local**
- 2. Identificación de oportunidades**
- 3. Fortalecimiento de la competitividad**
- 4. Articulación empresarial**
- 5. Desarrollo socioeconómico integral**

El diagnóstico resalta la relevancia de la diversificación económica como estrategia fundamental para el crecimiento de los emprendimientos. Acceder a nuevos mercados y ampliar su oferta de productos y servicios les permitirá fortalecer su posicionamiento y enfrentar los retos del entorno competitivo.

Asimismo, se subraya la importancia de la mejora continua como proceso permanente para optimizar los procesos, productos y servicios, adaptándose a las demandas cambiantes del mercado y las necesidades de los clientes.



Es importante destacar la clasificación de tamaños de empresas en donde de acuerdo a la Ley MYPE, las micro y pequeñas empresas se clasifican de la siguiente manera:

- » **Microempresa:** Hasta 10 trabajadores y ventas brutas anuales de hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía.
- » **Pequeña empresa:** Entre 11 y 50 trabajadores y ventas brutas anuales de 482 a 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía.

Por su parte, la Superintendencia del Sistema Financiero clasifica a las medianas y grandes empresas de la siguiente manera:

- » **Mediana empresa:** Entre 51 y 100 trabajadores y ventas brutas anuales de hasta \$7.0 millones.
- » **Gran empresa:** Más de 100 trabajadores y ventas brutas anuales de más de \$7.0 millones.

Adicionalmente, el Informe Nacional sobre Emprendimiento en El Salvador 2019-2015, basado en el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), define al emprendimiento como 'todo intento de iniciar un nuevo negocio o crear una nueva oportunidad, ya sea a través del autoempleo, una nueva organización corporativa o la expansión de un negocio existente' (Sánchez Masferrer, 2019, p. 13). Esta definición, adoptada a nivel nacional, considera el emprendimiento como un proceso dinámico que abarca diversas iniciativas empresariales. Además, según la Política Nacional de Emprendimiento de El Salvador del 2014, los emprendimientos se pueden categorizar en emprendimientos de necesidad o en emprendimientos de oportunidad.

Este diagnóstico constituye una herramienta valiosa para identificar las necesidades y requerimientos de los emprendimientos liderados por mujeres en los departamentos priorizados. A partir de este análisis, se podrán diseñar estrategias y programas específicos para fortalecer su integración a las cadenas de valor, impulsando su crecimiento, competitividad y contribución al desarrollo económico y social.



**III.**  
**ALCANCES**





# III. ALCANCES



## 1. Identificación de necesidades

- a. Identificar las principales necesidades de productos, bienes y servicios de medianas y grandes empresas, de los departamentos prioritarios para la investigación, que puedan ser suministrados por los micro y pequeños emprendimientos.
- b. Identificar factores que contribuyan a fortalecer el tejido empresarial.



## 2. Criterios y análisis de requerimientos de las empresas

- a. Identificar las potenciales cadenas de valor según su ubicación geográfica para una vinculación.
- b. Abordar los principales requerimientos de las empresas para establecer acciones estratégicas.
- c. Potenciar la competitividad de los emprendimientos a través de la comprensión y respuesta a las demandas empresariales para ser sostenibles.



## 4. Integración en cadenas productivas

Identificar los diferentes eslabones para la integración de los emprendimientos en las cadenas productivas existentes y así articularlos para lograr su fortalecimiento, fomentando la colaboración empresarial.



## 5. Impacto en la economía local

Facilitará información que permitirá fortalecer la posición de los emprendimientos, generar empleo y mejorar la calidad de vida de los emprendedores locales.





# IV. METODOLOGÍA





# IV. METODOLOGÍA

## 4.1 Etapas de la metodología utilizada

- 1. Revisión bibliográfica y recopilación de información.** Etapa para revisar literatura especializada en vinculación de micro y pequeños emprendimientos a cadenas de valor, así como en los sectores productivos mencionados.
- 2. Planificación y preparación.** Se establecieron los objetivos y alcance del diagnóstico para definir los criterios de selección para las entrevistas y grupos focales, identificando las empresas y actores clave a involucrar en el estudio.
- 3. Entrevistas y grupos focales.** Se prepararon los instrumentos y guías para las entrevistas y grupos focales, adaptándolos a los objetivos del estudio y los sectores específicos. Se realizaron 3 grupos focales y se ejecutaron entrevistas para identificar sus desafíos, capacidades y necesidades de vinculación a las cadenas de valor.
- 4. Análisis y sistematización de información.** Se retomó la información recolectada en las entrevistas y grupos focales, identificando patrones, tendencias y necesidades comunes.
- 5. Análisis sectorial.** Para identificar las características, demandas, tendencias y retos específicos de cada sector, enfocándonos en las oportunidades existentes para la

vinculación de micro y pequeños emprendimientos en cada sector.

## 4.2 Enfoque de la investigación

**Cualitativa:** El objetivo de esa investigación fue recopilar y analizar datos sobre las necesidades de bienes y servicios de medianas y grandes empresas, así como identificar vinculaciones futuras con micro y pequeños emprendimientos. Dado que estas necesidades no eran fácilmente medibles mediante números o datos cuantitativos, se emplearon métodos cualitativos para obtener una comprensión más profunda. Los métodos utilizados en esta investigación cualitativa incluyeron observación directa de las empresas para entender sus dinámicas y necesidades de bienes y servicios, grupos focales y uso de medios bibliográficos.

**Cuantitativa:** El objetivo de esa investigación fue recopilar y analizar datos que fueran medibles y cuantificables para verificar y respaldar la información obtenida en la investigación cualitativa. Los métodos utilizados incluyeron fichas de recolección de información para registrar información relevante de manera organizada y sistemática, así como matrices de sistematización de información, cuestionarios y datos estadísticos ya existentes.



### 4.3 Perfil de selección

<b>Tamaño de empresa</b>	Medianas y grandes.
<b>Ubicación geográfica</b>	<p><b>Departamento de Santa Ana:</b> en los distritos de Candelaria de la Frontera, Santa Ana, San Sebastián Salitrillo, Metapán y Chalchuapa.</p> <p><b>Departamento de San Salvador:</b> en los distritos de Ciudad Delgado, Soyapango, Apopa, Ilopango, San Marcos, y San Salvador.</p> <p><b>Departamento de La Libertad:</b> en los distritos de La Libertad, Santa Tecla, Colón, Chiltiupán.</p> <p><b>Departamento de San Miguel:</b> en los distritos de Chirilagua, Ciudad Barrios, San Luis de La Reina, Chinameca, Sesori y San Miguel.</p>
<b>Sectores productivos</b>	Banca, industria, manufactura y textil, construcción, plástico, informática, turismo, alimentos y bebidas y otros necesarios.
<b>Forma jurídica</b>	Persona empresaria individual (autónoma), sociedad mercantil.
<b>Liderado por</b>	Mujeres y hombres.

#### Empresas candidatas a la investigación

Departamento	Identificadas	Contactadas	Confirmadas	Empresas seleccionadas
San Salvador	45	18	5	4
La Libertad	40	16	3	2
Santa Ana	15	6	5	4
San Miguel	25	10	5	5
<b>TOTAL</b>	125	50	18	15

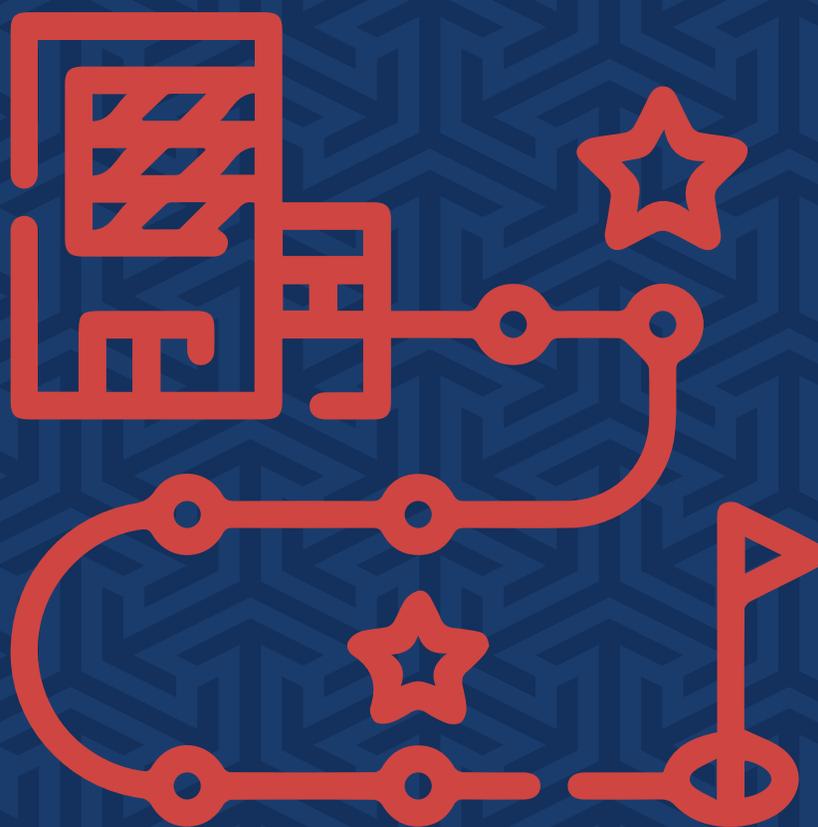
#### Empresas participantes de grupos focales y entrevistas

	Nombre de la empresa	Tamaño de la empresa	Sector productivo	Departamento
1	Grupo Lorena	Mediana	Alimentos y bebidas	San Miguel
2	Fábrica de listones Fantasía, SA de CV	Mediana	Industria	La Libertad
3	Holcim	Grande	Construcción	Santa Ana
4	Grupo Perla Salvadoreño, SA de CV	Mediana	Industria alimentos	San Miguel
5	Eco Salva SA de CV	Mediana	Industria papel y cartón	San Salvador

<b>6</b>	Iberplastic SA de CV	Grande	Industria plástica	La Libertad
<b>7</b>	Negocios de Oriente	Mediana	Informática	San Miguel
<b>8</b>	Lácteos de Metapán	Mediana	Manufactura	Santa Ana
<b>9</b>	Frutería Vidaurri	Grande	Manufactura de alimentos	San Salvador
<b>10</b>	TUDO Transporte	Mediana	Otros (Servicios de transporte)	Santa Ana
<b>11</b>	IMC Medios, SA de CV	Mediana	Otros (Servicios)	San Salvador
<b>12</b>	CEL El Salvador	Grande	Otros (Servicios)	San Miguel
<b>13</b>	Zaturns	Mediana	Comercio	San Salvador
<b>14</b>	Hotel Trópico Inn	Mediana	Turismo	San Miguel
<b>15</b>	Hotel Tolteka	Mediana	Turismo	Santa Ana



**v.**  
**CARACTERÍSTICAS  
PRINCIPALES DE LAS  
EMPRESAS PARTICIPANTES Y  
SU LOCALIZACIÓN  
GEOGRÁFICA**



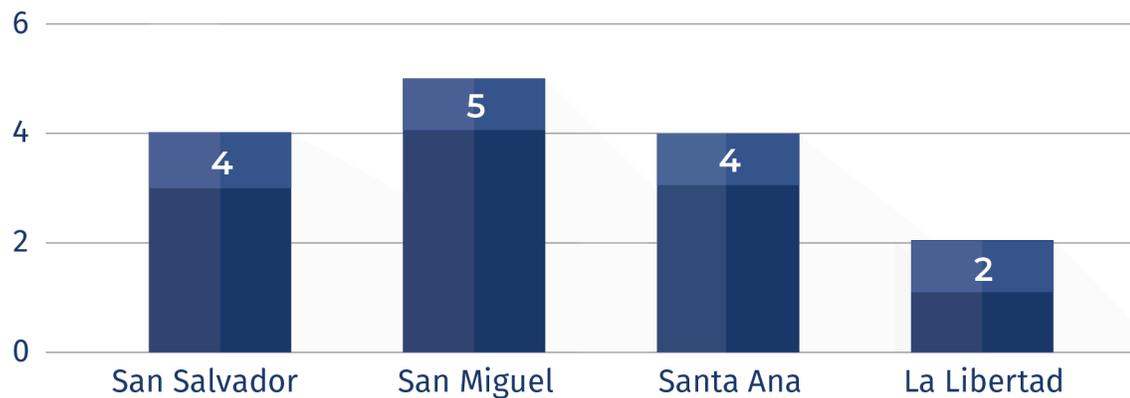


# V. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES Y SU LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA



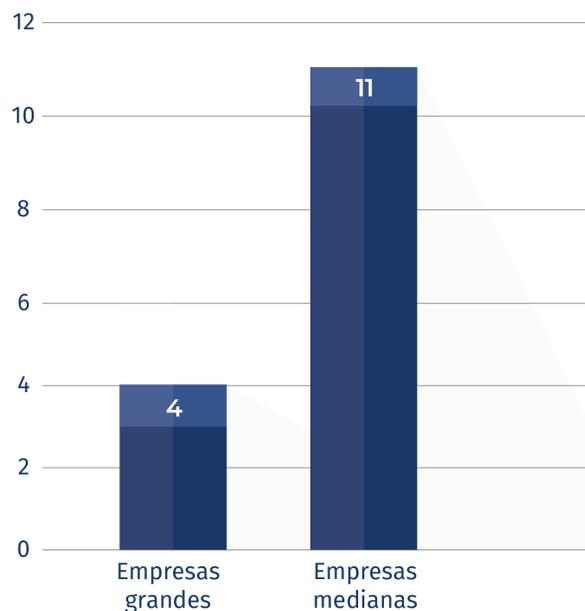
## Gráfica 1.

Zona geográfica de las 15 empresas participantes



## Gráfica 2.

Tamaño de las empresas seleccionadas





## Gráfica 3.

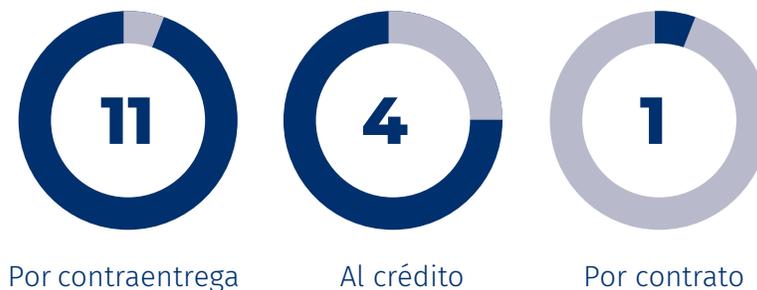
Rubro de las empresas

Alimentos y bebidas	3
Construcción	1
Comercio	1
Energía	1
Industria	1
Industria plástica	1
Industria de papel y cartón	1
Informática	1
Manufactura	1
Turismo	2
Transporte	1
Servicios	1

Resultados del perfil de compras que las empresas utilizan para sus procesos contratación con micro y pequeños emprendimientos. La siguiente gráfica prioriza los tipos de contrato, forma de pago, tipos de proveedores y requisitos fiscales:

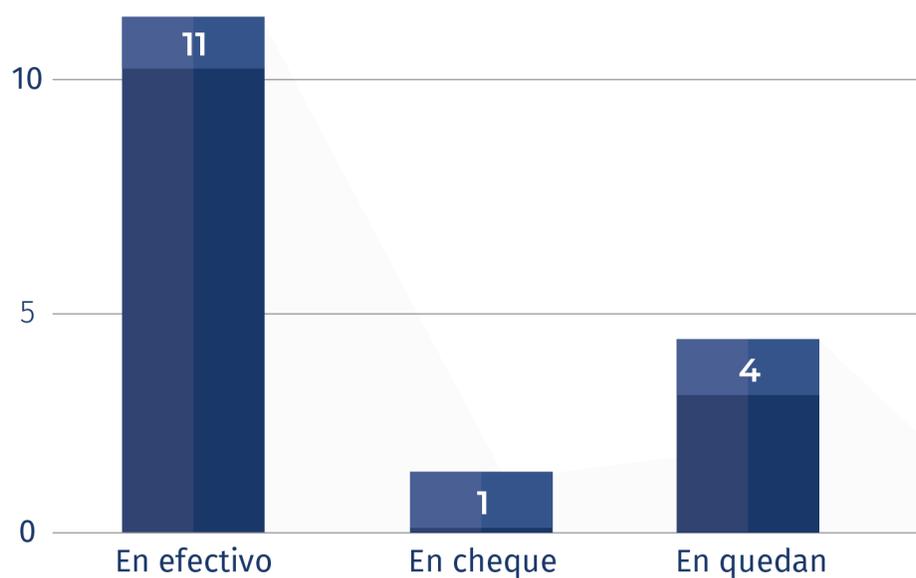
## Gráfica 4.

Tipos de contrato



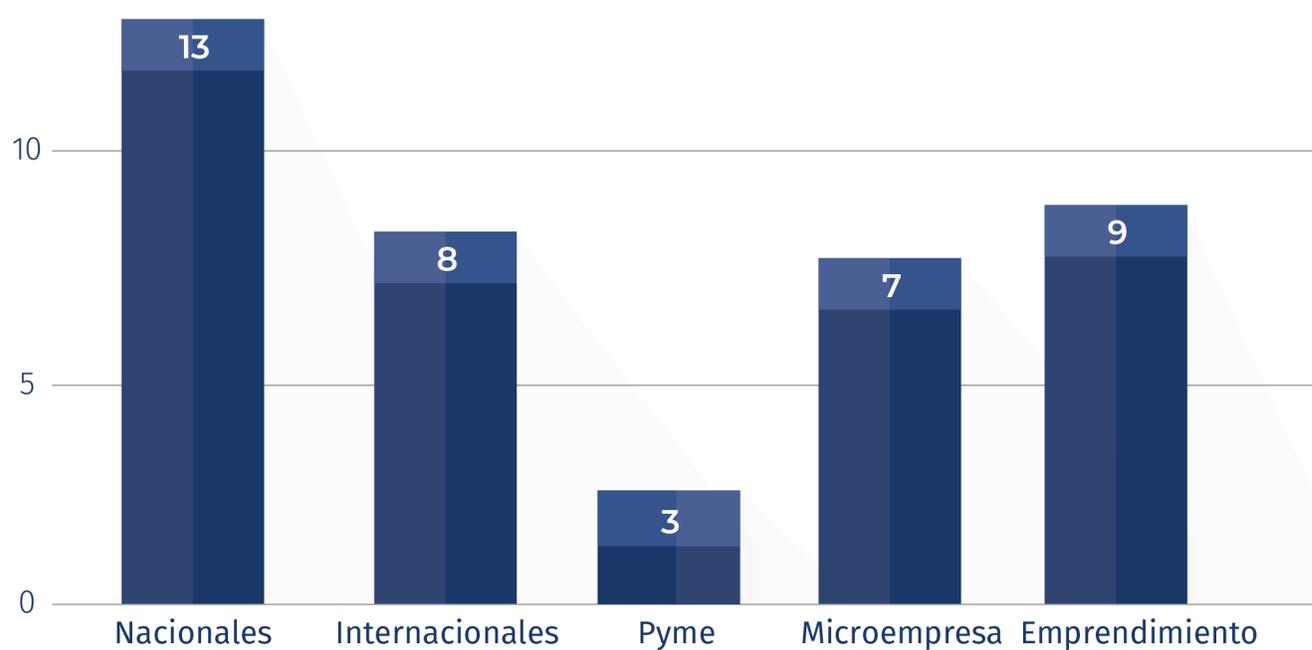
## Gráfica 5.

Formas de pago de las empresas a sus proveedores



## Gráfica 6.

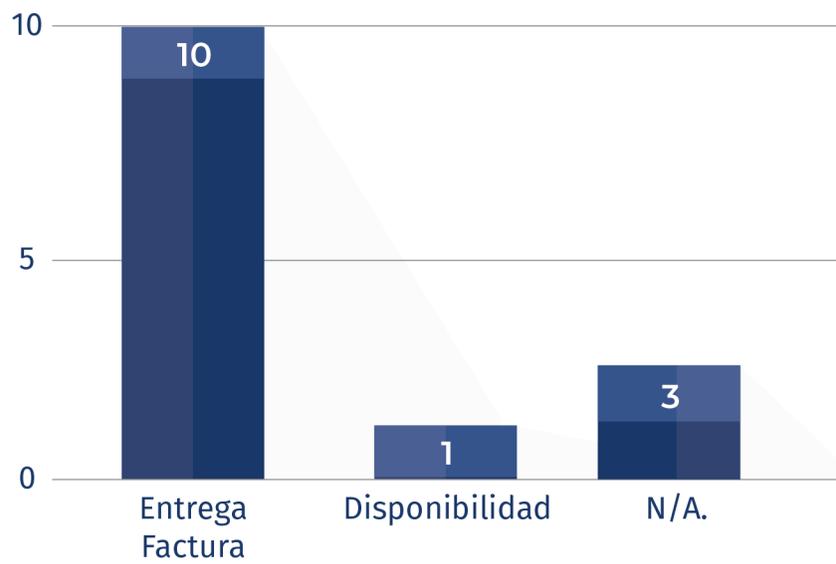
Tipos de proveedores actuales





## Gráfica 7.

Requisitos fiscales de las empresas



**VI.**  
**RESULTADOS OBTENIDOS DEL  
LEVANTAMIENTO DEL  
DIAGNÓSTICO**





# VI. RESULTADOS OBTENIDOS DEL LEVANTAMIENTO DEL DIAGNÓSTICO



## 6.1. Necesidades y oportunidades de las relaciones comerciales con emprendimientos



### Acciones de colaboración con emprendimientos

La empresa Vidaurri promueve la producción nacional y tiene interés en el desarrollo local, por ello, es que han brindado a agricultores nacionales un tipo de semilla de lechuga, la cual esperan comprarles a futuro y ya no importarla.



### Colaboración con comunidades rurales

Por medio de la Unidad de Responsabilidad Social, las empresas trabajan con comunidades rurales cercanas a sus empresas, esto implica una colaboración orientada al desarrollo de estas comunidades y a la comercialización de productos agrícolas locales.



### Desafíos en la colaboración con emprendimientos

Las empresas muestran desafíos comunes: calidad y mejora de los productos, y la obtención de capital para impulsar los emprendimientos. Es por ello que, estos emprendimientos son una estrategia para superar estos desafíos.



## 6.2. Retos y beneficios en las relaciones comerciales con emprendimientos

### ► Retos

#### a. Calidad y estándares de productos

Entre los principales obstáculos o desafíos se encuentran que los productos que no cumplen con los estándares de calidad requeridos o no mantiene un estándar que asegure la calidad entregada en un producto.

#### b. Capital en emprendimientos

Los emprendimientos en ocasiones trabajan con su propio capital, lo que puede limitar su capacidad para cumplir con requisitos mínimos y expandirse.

#### c. Producción sostenible y cumplimiento de demanda

Las empresas encontraron desafíos para mejorar

la producción sostenible y cumplir con la creciente demanda, especialmente en aquellos productos frescos y saludables, según fue mencionado por el representante de la empresa Vidaurri al referirse a la adquisición de frutas.

#### d. Formalización y problemas de documentación

El principal desafío encontrado en las negociaciones con personas emprendedoras es la formalización. Ya que las empresas requieren factura y otros documentos para hacer compras pequeñas y grandes a emprendimientos, esto fue común en todas las empresas participantes del grupo focal.

### ► Beneficios

#### a. Generación de ingresos y rentabilidad

El 92% de las empresas entrevistadas consideran que contribuyen al desarrollo económico al generar ingresos, empleos y rentabilidad.

#### b. Innovación y diversificación de productos

Trabajar con emprendimientos puede permitir a las empresas diversificar sus productos y servicios, aprovechando la innovación y la creatividad de las personas emprendedoras.

#### c. Contribución al desarrollo económico local

Según el representante de la empresa CEL, la colaboración con emprendimientos puede tener un impacto positivo en el desarrollo económico local y el apoyo a pequeños agricultores, dicha empresa apoya emprendimientos del cultivo de verduras y facilitan formación técnica a las comunidades del rededor de las presas hidroeléctricas, esto a través de la Unidad de Responsabilidad Social Empresarial.

#### **d. Promoción de comunidades modelos**

Las empresas coincidieron en que pueden promover comunidades modelo brindando beneficios tanto a las empresas como a las comunidades.

**La empresa CEL, por ejemplo, está promoviendo el desarrollo de comunidades modelo en Chalatenango y San Miguel.**

#### **e. Apoyo mutuo y compromiso a largo plazo**

La colaboración y el desarrollo económico local puede traducirse en un apoyo mutuo a largo plazo, por ejemplo, algunas empresas tienen entre 6 y 7 años trabajando con emprendedores.

**La empresa Ecosalva compra material reciclado a emprendimientos desde hace varios años.**



### **6.3. Criterios de selección para compras a emprendimientos**

#### **a. Localidad y producción nacional**

Las empresas valoran la colaboración con emprendimientos locales, por ello priorizan la compra de productos que contribuyen con la producción nacional.

**Por ejemplo, el Hotel Tolteka y el Hotel Tropic Inn, compran alimentos locales para sus eventos.**

#### **b. Sostenibilidad y certificaciones**

Empresas como Vidaurri destacaron la importancia de que los emprendimientos, en este caso agricultores, cuenten con el apoyo de las empresas en el uso de tecnología de calidad y certificaciones orgánicas, indicando la importancia de prácticas sostenibles en los proveedores.

#### **f. Desarrollo de habilidades y oportunidades**

Las empresas destacaron que brindar oportunidades a personas emprendedoras aumenta el volumen de ventas de la empresa y brinda oportunidades para el desarrollo de habilidades y aprendizaje de nuevas capacidades.

#### **g. Fomento de la sostenibilidad y producción local**

Colaborar con emprendimientos promueve prácticas sostenibles y la producción local, y contribuye a mejorar la cadena de valor y la calidad de los productos.

**La empresa Vidaurri está preparando a personas emprendedoras sobre el cultivo de un tipo de semilla de lechuga, esto permitirá comprar a nivel local y no importar.**

#### **c. Formalización y cumplimiento de estándares**

Aunque se mencionan obstáculos relacionados con la formalización, las empresas buscan emprendimientos que cumplan con estándares de calidad, así mismo, apoyan a las personas emprendedoras para que puedan formalizarse y así tener relaciones comerciales sólidas.

#### **d. Capacidad de producción y calidad del producto**

Las empresas valoran la calidad del producto, respaldada por una eficiente gestión de gastos. Se busca colaborar con emprendimientos que puedan satisfacer la demanda y mantener altos estándares de calidad.



**e. Innovación y aprendizaje continuo**

Se destaca la posibilidad de brindar oportunidades formativas a personas emprendedoras para

que aprendan y mejoren sus habilidades, por ejemplo, en la elaboración de etiquetas o impresión láser, promoviendo así la innovación.



## 6.4. Requisitos para ser considerados socios comerciales

**a. Formalización y legalidad**

Las empresas reconocen la importancia de la formalización y buscan emprendimientos que puedan cumplir los requisitos legales, como la facturación adecuada y la documentación necesaria para establecer relaciones comerciales seguras. Esto aplica si el emprendimiento quiere adquirir contratos o compras mayores.

**b. Calidad del producto y cumplimiento de estándares**

La calidad del producto es un criterio fundamental. Las empresas realizan toma de muestras y verificación de calidad antes de realizar compras, enfatizando el lema “la calidad lo dice todo” en la toma de decisiones.

**En el caso de la empresa Iberplastic, incluso verifican las plantas de acopio de productos de plásticos reciclables para que cumplan con los requisitos necesarios para la obtención de materia prima.**

**c. Capacidad para cumplir con demandas y expectativas**

Para establecer relaciones comerciales exitosas es indispensable cumplir con la demanda y las expectativas con las empresas, especialmente en términos de calidad.

**d. Compromiso a largo plazo y comunicación abierta**

Las empresas valoran el compromiso a largo plazo (6 a 7 años) y la comunicación abierta para mejorar las relaciones de trabajo.

**e. Promoción de prácticas sostenibles**

Las empresas buscan emprendimientos comprometidos con prácticas sostenibles, promoviendo la mejora de la cadena de valor y la producción local.



## 6.5. Experiencias, obstáculos y superación de la negociación con emprendimientos

### a. Desafíos financieros de los emprendimientos

Las empresas reconocen que los emprendimientos a veces enfrentan dificultades para mejorar productos o adquirir capital. La superación implica colaborar estrechamente, brindar acompañamiento financiero y, en algunos casos, ofrecer soluciones como facturas de sujeto excluido.

### b. Dificultades en la formalización empresarial

La superación implica el compromiso de fomentar y apoyar la formalización, por ello, empresas como Iberplastic, toman medidas para fomentar el crecimiento de los emprendimientos y la formalización para tener vinculaciones más formales.

### c. Problemas con proveedores no alineados con las necesidades empresariales

Algunas empresas han enfrentado obstáculos relacionados con proveedores que no satisfacen las necesidades comerciales o productos que no cumplen con estándares de calidad. La superación involucra la búsqueda activa de proveedores alineados con las expectativas y necesidades, promoviendo la diversificación y mejora continua.

### d. Necesidad de aumentar niveles de producción

Las empresas mencionan la necesidad de aumentar la producción para cumplir con la demanda y las expectativas generadas. La superación implica estrategias para incrementar los niveles de producción, como el desarrollo de zonas de cultivo y la adopción de tecnologías avanzadas.

### e. Importancia de la calidad del producto

La superación involucra el compromiso continuo con la mejora de la calidad, respaldado por prácticas como toma de muestras, verificación de calidad antes de comprar y la promoción de estándares elevados.

- **Quesos de Metapán:** realiza un muestreo de los productos de emprendedores, esto consiste en mantener el producto 1 semana para verificar calidad y el vencimiento del producto.
- **Hotel Trópico Inn:** realiza pruebas de productos alimenticios con los clientes del Hotel para definir si el producto es apto y cumple con los estándares establecidos.
- **TUDO:** realiza pruebas con sus empleados. Por ejemplo, les dan uniformes y en un mes verifican la calidad de la tela y su resistencia.

### f. Compromiso con la planificación anticipada

Las empresas destacan la importancia de la planificación anticipada en colaboraciones a largo plazo. Por ello, es necesario la implementación de estrategias que permitan una planificación efectiva, capacitación constante de personas emprendedoras y la estandarización de procesos para mejorar la calidad del producto.

**Iberplastic capacita y orienta a los emprendimientos sobre la materia prima que requieren.**

### g. Promoción de la comunicación abierta

Es importante establecer de canales de comunicación efectivos, facilitando el intercambio de información entre empresas y emprendedores para abordar desafíos y oportunidades de manera proactiva.



## 6.6 Perspectiva de género en las relaciones comerciales

### ► Limitación

Las empresas no tienen perspectiva de género, por el momento no es un tema al que le den seguimiento o que cuenten con metas de aumento en compras de pymes o emprendimiento liderados por mujeres.

### ► Reto

Segregar información para identificar si los negocios son liderados o son propiedad de mujeres en los registros de proveedores al interior de las empresas o emprendimientos.

Durante las entrevistas, las empresas indicaron la importancia de la participación de mujeres en las vinculaciones comerciales, esto se demuestra que a la fecha tienen vinculaciones comerciales con mujeres emprendedoras.

Las mujeres que lideran micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) representan una

oportunidad invaluable para impulsar la diversidad, la innovación y el crecimiento económico inclusivo. El liderazgo femenino aporta una perspectiva única que puede generar soluciones creativas a los desafíos empresariales, así como una sensibilidad hacia las necesidades y preferencias del mercado, especialmente en sectores donde las mujeres son consumidoras clave.



El liderazgo de mujeres en las MIPYMEs contribuye a romper estereotipos de género, inspirando a otras mujeres a perseguir sus ambiciones empresariales y a desafiar las barreras tradicionales.



Al apoyar y promover el emprendimiento femenino, se fomenta un ecosistema empresarial más equitativo y dinámico, que aprovecha todo el potencial económico y social de las mujeres.



Tener mujeres al frente de MIPYMEs no solo es una cuestión de justicia social, sino también una estrategia inteligente para el crecimiento económico sostenible y la construcción de sociedades más prósperas y equitativas.



## 6.7. Sostenibilidad a largo plazo

### a. Desarrollo de capacidades

Una estrategia clave para la sostenibilidad de alianzas comerciales es la implementación de programas de capacitación para personas emprendedoras; brindar habilidades empresariales, técnicas y de gestión que fortalezcan sus capacidades, les permitirá mejorar sus procesos y productos.

### b. Acceso a financiamiento

Facilitar el acceso a financiamiento (préstamos, inversiones o programas de apoyo financiero), permitirá que personas emprendedoras superen desafíos financieros y expandan sus operaciones.

### c. Establecimiento de alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas entre empresas y emprendimientos permitirán colaboraciones a largo plazo basadas en la complementariedad de recursos y habilidades.

### d. Apoyo en la formalización de emprendimientos

Facilitando asesorías sobre procesos legales y administrativos para mejorar la viabilidad y acceso a oportunidades comerciales más amplias.

### e. Diversificación de productos

Trabajar en equipo con los emprendimientos para que puedan expandir su oferta con diversos productos y puedan adaptarse a las cambiantes demandas del mercado.

### f. Facilitación de redes y vinculaciones

Se consideró clave la creación de redes y vinculaciones comerciales entre empresas, emprendimientos y otros actores relevantes, esto podría generar oportunidades adicionales y fortalecer la colaboración.

### g. Comunicación abierta

Una comunicación abierta y transparente entre empresas y emprendedores permitirá identificar anticipadamente desafíos y soluciones de forma colaborativa.



## 6.8. Temas claves de la cadena de valor para empresas

### a. Colaboración con personas agricultoras locales

Un eslabón clave para la empresa Vidaurri es fortalecer su cadena de valor apoyando a pequeñas personas agricultoras, comprando sus productos y contribuyendo al desarrollo económico local.

### b. Desarrollo de comunidades rurales

Para la empresa CEL, es importante trabajar con comunidades rurales cercanas a centrales hidroeléctricas, ya que la cadena de valor se fortalece al promover comunidades modelo y comercializar los productos agrícolas locales. Su apoyo



va desde el acompañamiento, entrega de capital semilla y capacitación.

---

**c. Gestión eficiente**

Grupo Lorena enfoca sus esfuerzos en la gestión eficiente de gastos, protección de la materia prima y eficiencia en los departamentos internos. La calidad del producto se respalda mediante la colaboración de diferentes áreas y roles dentro de la empresa.

---

**d. Diversificación de productos y tecnología**

Vidaurri opera en diversas regiones del país para mitigar riesgos y garantizar el suministro constante de sus productos, en las zonas donde opera, respalda a los agricultores con semillas de calidad, certificaciones orgánicas y tecnología.

**e. Apoyo a personas emprendedoras**

Diversas empresas participantes brindan oportunidades a las personas emprendedoras, apoyan el desarrollo de habilidades y proporcionan seguridad para aumentar el volumen de ventas.

---

**f. Gestión de obstáculos en la colaboración**

Algunas empresas utilizan las facturas de sujetos excluidos como una solución a la falta de formalización de los emprendimientos.

---

**g. Énfasis en la calidad**

Las empresas realizan verificaciones de calidad, toma de muestras y buscan estandarizar la producción para garantizar productos de alta calidad en toda la cadena.

**VII.**  
**PRINCIPALES HALLAZGOS SOBRE  
LAS NECESIDADES DE LAS  
EMPRESAS PARA LA GENERACIÓN  
DE ENCADENAMIENTOS  
PRODUCTIVOS**





## VII. PRINCIPALES HALLAZGOS SOBRE LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS PARA LA GENERACIÓN DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS



En el dinámico entorno empresarial, es crucial reconocer y comprender las necesidades fundamentales de las empresas como elemento fundamental para impulsar la creación de encadenamientos productivos. En el desarrollo de este Diagnóstico, se han logrado identificar las demandas específicas de bienes y servicios de las empresas, así como sus requisitos de adquisición. Esto implica abordar aspectos como la frecuencia de las demandas y la zona geográfica de influencia de dichas empresas.

Los hallazgos más relevantes demuestran que algunas empresas establecen el encadenamiento productivo de manera directa, ya que forma parte integral de su actividad principal. El siguiente cuadro muestra una visión detallada de cómo las empresas se integran y colaboran en la cadena productiva, fortaleciendo así la interconexión entre distintos sectores empresariales.

### 7.1 Encadenamiento productivo de reciclaje

Generalidades de las empresas identificadas		
	Ecosalva	Iberplastic
<b>Posición estratégica para operar</b>	Alta, es materia prima para su actividad principal.	
<b>Giro de la empresa</b>	Reciclaje de papel y cartón.	Reciclaje plástico.
<b>Ubicación de la empresa</b>	Apopa, San Salvador.	Zaragoza, La Libertad.
<b>Segmento de mercado</b>	Empresas transformadoras de papel y cartón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que venden productos de limpieza.</li> <li>• Clientes individuales para su uso personal.</li> </ul>
<b>Canales de distribución</b>	Directo.	Distribuidores.
<b>Formas de comercialización</b>	Pacas, en bultos uniformes amarrados con alambre (peso promedio 1 tonelada).	Producto terminado (escobas, trapeadores, cepillos elaborados con plástico).



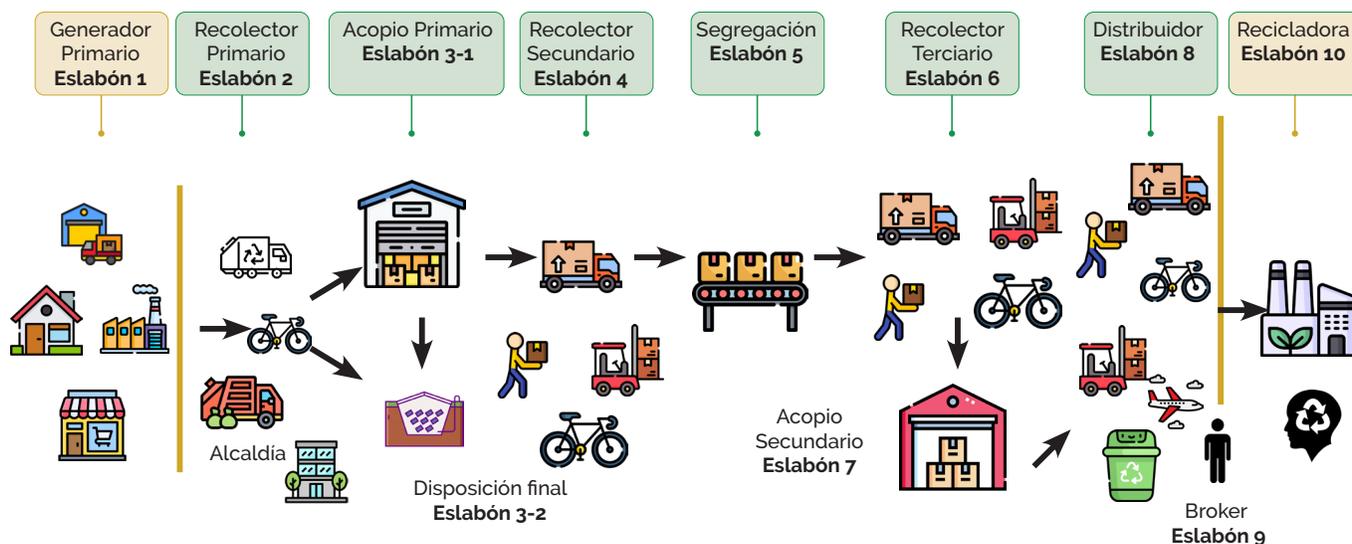
<b>Principales necesidades y requerimientos de la empresa</b>		
<b>Bienes y servicios requeridos (insumos, materia prima)</b>	Papelería desechable de oficina, revistas, catálogos, papeles escolares, recortes de impresoras, guías telefónicas, papel periódico con o sin impresión, libros y cartón desechable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botellas para bebidas plásticas.</li> <li>• Envases para detergentes plásticos.</li> <li>• Etiquetas plásticas.</li> <li>• Tapones plásticos.</li> </ul>
<b>Procesos críticos o accesibilidad</b>	Factible, no requiere ninguna habilidad especial para satisfacer la necesidad.	
<b>Frecuencia de compra</b>	Periódica, con promedios variables.	Periódica con un promedio diario de 15 toneladas de desechos plásticos.
<b>Requerimientos para adquisición del producto</b>	Papel o cartón seco papel en buen estado.	No existe restricción en la materia prima solicitada.
<b>Requerimientos administrativos del proveedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No requiere formalización.</li> <li>• No requiere contrato.</li> </ul>	
<b>Relación comercial en relación con el tiempo</b>	Largo plazo.	
<b>Cantidades mínimas</b>	1 libra (papel o plástico) en la planta; a domicilio a partir de 400 lb en San Salvador y 5000 lb fuera de San Salvador.	1 libra (artículos plásticos).



**Tanto Ecosalva como Iberplastic demandan materiales reciclables constantemente, no solo es fundamental, sino que también, determinante para el desarrollo operativo principal de dichas empresas. Queda demostrado que la identificación de una oportunidad de vinculación se desprende del encadenamiento productivo.**

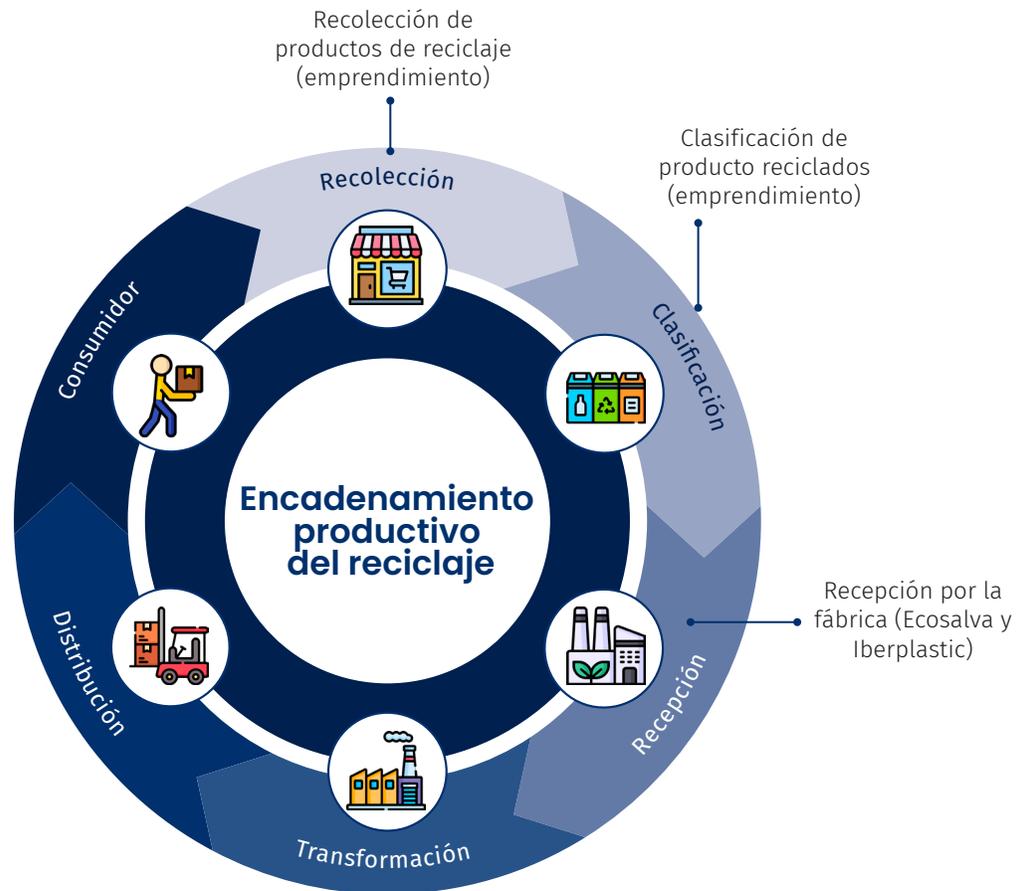
# Figura 1

Cadena productiva de reciclaje



Fuente: Durán, C. Evaluación de la Cadena Productiva de Reciclaje (USAID, 2018).

- » La **simplicidad** en la dificultad de proveer sugiere que la colaboración no requeriría habilidades altamente especializadas, lo que podría facilitar la participación de emprendimientos diversos.
- » La **frecuencia** de compra señala una demanda sostenida a lo largo del tiempo.
- » La posibilidad de requerir factura, aunque opcional, proporciona flexibilidad en los términos comerciales.
- » La **zona** geográfica es específica y focalizada para la actividad: Apopa, San Salvador, Zaragoza y la Libertad.
- » La **relación** comercial a largo plazo sugiere una oportunidad de asociación sostenible y duradera.
- » El requisito de **cantidades** mínimas (desde 1 libra) indica una apertura para la participación de emprendimientos de diversos tamaños.
- » En conjunto, esta oportunidad en el sector de reciclaje ofrece un **potencial** significativo para la colaboración, promoviendo tanto la sostenibilidad como el crecimiento empresarial.



## 7.2. Encadenamiento productivo de servicios mantenimiento y reparación maquinaria

Generalidades de las empresas identificadas		
	Ecosalva	Iberplastic
<b>Posición estratégica para operar</b>	Medio, porque tiene que ver con la operatividad de su actividad principal.	
<b>Giro de la empresa</b>	Reciclaje de papel y cartón.	Reciclaje plástico.
<b>Ubicación de la empresa</b>	Apopa, San Salvador.	Zaragoza, La Libertad.
<b>Segmento de mercado</b>	Empresas transformadoras de papel y cartón.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que venden productos de limpieza.</li> <li>• Clientes individuales para su uso personal.</li> </ul>
<b>Canales de distribución</b>	Directo.	Distribuidores.
<b>Formas de comercialización</b>	Pacas, en bultos uniformes amarrados con alambre (peso promedio 1 tonelada).	Producto terminado (escobas, trapeadores, cepillos elaborados con plástico).

Principales necesidades y requerimientos de la empresa		
<b>Bienes y servicios requeridos (insumos, materias primas)</b>	Servicio de mantenimiento de maquinaria compactadora.	Servicio de mantenimiento y reparación para maquina reciclar plástico.
<b>Procesos críticos o accesibilidad</b>	Media, requiere alguna habilidad especial para satisfacer la necesidad.	
<b>Frecuencia de compra</b>	Periódica cada 6 meses.	Periódica cada 6 meses.
<b>Requerimientos para adquisición del producto o servicio</b>	Mantenimiento, prevención y reparación de maquinaria compactadora.	Mantenimiento, prevención y reparación de maquinaria de reciclaje plástico.
<b>Requerimientos administrativos del proveedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere que este formalizado.</li> <li>• No requiere contrato.</li> </ul>	
<b>Relación comercial en relación con el tiempo</b>	Mediano y largo plazo.	

### 7.3 Encadenamiento productivo de servicios, mantenimiento y reparación de aire acondicionado

Generalidades de las empresas identificadas			
	Hotel Tolteka	Hotel Tropico Inn	Vidaurri
<b>Posición estratégica para operar</b>	Alto, porque tiene que ver directa con operatividad de su actividad principal.		
<b>Giro de la empresa</b>	Alojamiento.	Alojamiento.	Alimento.
<b>Ubicación de la empresa</b>	Santa Ana, Santa Ana.	San Miguel, San Miguel.	Apopa, San Salvador.
<b>Segmento de mercado</b>	Empresas para reuniones o eventos, personas que desean alojamiento.	Empresas para reuniones o eventos, personas que desean alojamiento.	Distribuidor de producto de fruta para consumo.
<b>Canales de distribución</b>	Directo.	Directo.	Directo.
<b>Formas de comercialización</b>	Paquetes e individuales.	Paquetes e individuales.	Minorista y mayorista de fruta.



<b>Principales necesidades y requerimientos de la empresa</b>			
<b>Bienes y servicios requeridos (Insumos, materias primas)</b>	Servicio de mantenimiento y reparación de aire acondicionado.		
<b>Procesos críticos o accesibilidad</b>	Alta, requiere alguna habilidad especial para satisfacer la necesidad.		
<b>Frecuencia de compra</b>	Periódica cada 3 meses.	Periódica mensual.	Periódica mensual.
<b>Requerimientos para adquisición del producto o servicio</b>	Mantenimiento, prevención y reparación de aire acondicionado.		
<b>Requerimientos administrativos del proveedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere que este formalizado.</li> <li>• No requiere contrato.</li> </ul>		
<b>Relación comercial en relación con el tiempo</b>	Mediano y largo plazo.		
<b>Cantidades mínimas</b>	No aplica.		



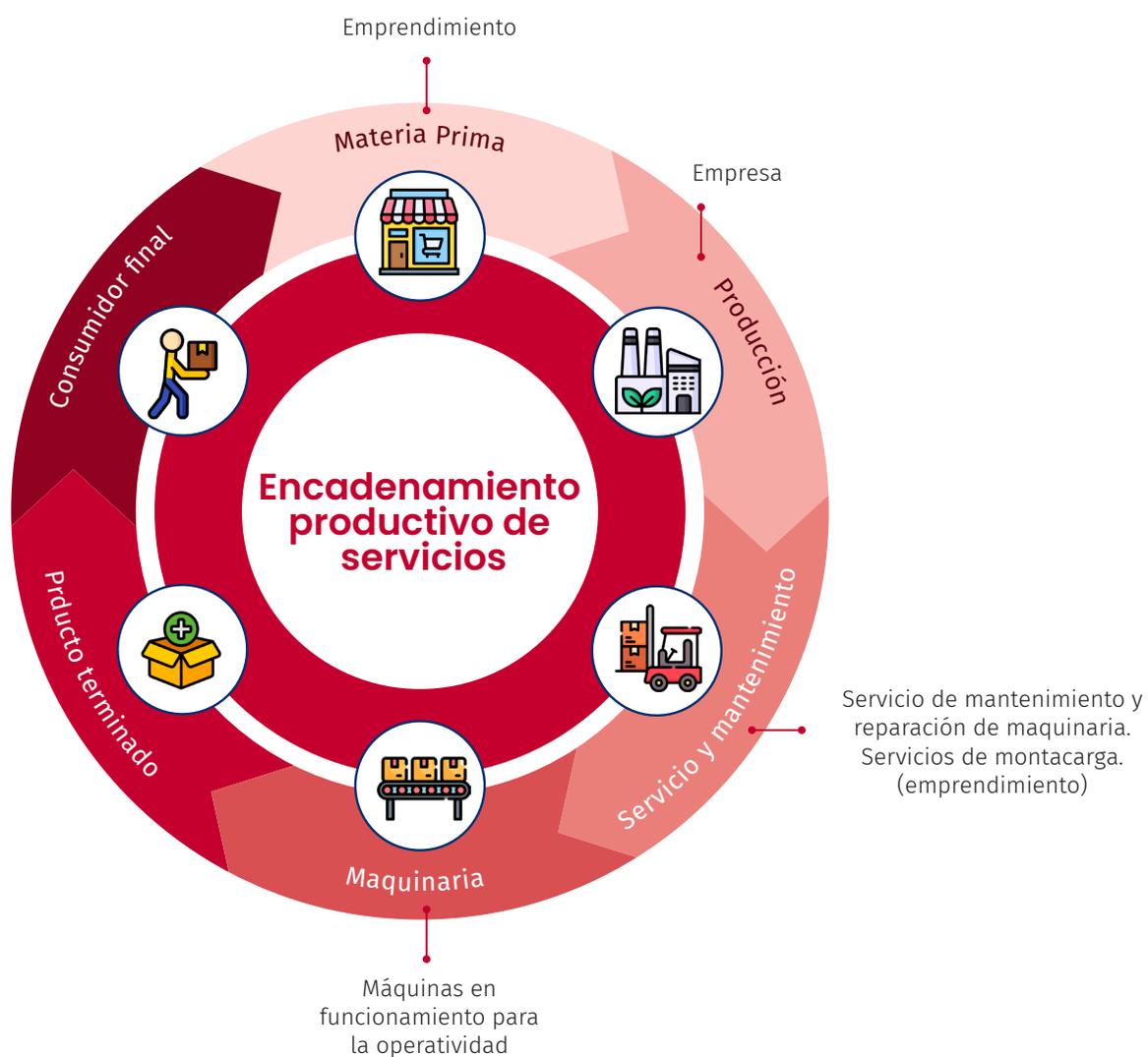
### **En este análisis del encadenamiento productivo se destaca una oportunidad estratégica centrada en la oferta de servicios especializados.**

- » La demanda clave identificada incluye el servicio de mantenimiento y reparación de maquinaria, servicios de montacarga, mantenimiento de equipos de refrigeración y servicio de mantenimiento de aire acondicionado.
- » Esta gama de servicios se revela como crítica para la operación principal de empresas como Ecosalva, Iberplastic, Vidaurri, Hotel Tolteka y Hotel Tropic Inn, dependiendo completamente de la eficiencia de su maquinaria y equipos esenciales.
- » La relevancia de estos servicios es alta, dado que su buen funcionamiento es vital para la operatividad continua de estas empresas.
- » La dificultad para satisfacer estas necesidades se clasifica como media, ya que se requieren habilidades especializadas, pero no prohibitivas.
- » La frecuencia de compra es periódica, alineándose con la naturaleza constante de las operaciones de las empresas.
- » Los requerimientos en la adquisición incluyen la emisión de factura, para asegurar la transparencia y formalidad en las transacciones.
- » Esta oportunidad de vinculación tiene influencia en: Apopa, San Salvador; Zaragoza, La Libertad; Santa Ana, Santa Ana; y San Miguel.

» La propuesta de una relación comercial a largo plazo se fundamenta en la necesidad recurrente de estos servicios por parte de las empresas identificadas, estableciendo así una asociación estratégica que beneficia

tanto a los proveedores de servicios especializados como a las empresas demandantes.

» Este enfoque contribuirá no solo a la eficiencia operativa, sino también a la consolidación de relaciones comerciales sólidas y duraderas.





## 7.4 Encadenamiento productivo de alimentos

Generalidades de las empresas identificadas			
	Vidaurri	Quesos de Oriente	Grupo Lorena
<b>Posición estratégica para operar</b>	Alto, porque tiene que ver directa con operatividad de su actividad principal.		
<b>Giro de la empresa</b>	Alimento frutas.	Alimento productos lácteos.	Alimentos panadería y pastelería.
<b>Ubicación de la empresa</b>	Apopa, San Salvador.	Santa Ana, Santa Ana.	San Miguel, San Miguel.
<b>Segmento de mercado</b>	Distribuidores de producto de fruta para consumo.	Productos lácteos para consumo.	Productos diversos.
<b>Canales de distribución</b>	Tienda física.	Tienda física.	Tienda física.
<b>Formas de comercialización</b>	Minoristas y mayorista de frutas.	Minoristas y mayoristas.	
Principales necesidades y requerimientos de la empresa			
<b>Bienes y servicios requeridos (Insumos, materias primas)</b>	Frutas, verduras.	Productos secos de alimentos, miel, café, yucas tostadas, dulces típicos, tartaletas.	Huevo, maíz trigo, café, azúcar, lácteos y otros derivados para la elaboración del pan.
<b>Procesos críticos o accesibilidad</b>	Baja, no requiere alguna habilidad especial para satisfacer la necesidad.	Media, requiere alguna habilidad especial para satisfacer la necesidad en algunos casos.	
<b>Frecuencia de compra</b>	Periódica, abastecimiento diario.	Periódica, compras semanales.	
<b>Requerimientos para adquisición del producto o servicio</b>	Frutas en perfecto estado.	Productos en buen estado, con las condiciones y viñetas necesarias.	Productos en buen estado, que cumplan registros sanitarios, alta disponibilidad, volúmenes elevados.
<b>Requerimientos administrativos del proveedor</b>	Requiere formalización. No requiere contrato.	No requiere formalización. No requiere contrato.	Requiere formalización. No requiere contrato.
<b>Relación comercial en relación con el tiempo</b>	Mediano y largo plazo.	Corto y mediano plazo.	Mediano y largo plazo.
<b>Cantidades mínimas</b>	Depende de cada producto las cantidades mínimas.		

<b>Generalidades de las empresas identificadas</b>		
	<b>Hotel Tolteka</b>	<b>Hotel Trópico Inn</b>
<b>Posición estratégica para operar</b>	Alta, porque tiene que ver directa con operatividad de su actividad principal.	
<b>Giro de la empresa</b>	Alojamiento.	Alojamiento.
<b>Ubicación de la empresa</b>	Santa Ana, Santa Ana.	San Miguel, San Miguel.
<b>Segmento de mercado</b>	Empresas para reuniones o eventos, personas que desean alojamiento.	Empresas para reuniones o eventos, personas que desean alojamiento.
<b>Canales de distribución</b>	Directo.	Directo.
<b>Formas de comercialización</b>	Paquetes e individuales.	Paquetes e individuales.
<b>Principales necesidades y requerimientos de la empresa</b>		
<b>Bienes y servicios requeridos (Insumos, materias primas)</b>	Alimentos como: carnes, huevos, café, miel, frutas y verduras. Alimentos preparados como: tamales y pan dulce.	
<b>Procesos críticos o accesibilidad</b>	Media, requiere alguna habilidad especial para satisfacer la necesidad.	
<b>Frecuencia de compra</b>	Periódica, depende de eventos y movimiento del hotel.	Periódica, dependerá de eventos y movimiento del hotel.
<b>Requerimientos para adquisición del producto o servicio</b>	Mantenimiento, prevención y reparación de aire acondicionado.	
<b>Requerimientos administrativos del proveedor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No requiere formalización.</li> <li>• No requiere contrato.</li> </ul>	
<b>Relación comercial en relación con el tiempo</b>	Mediano y largo plazo.	
<b>Cantidades mínimas</b>	Dependerá de la necesidad del hotel.	Dependerá de la necesidad del hotel.



**Las empresas incluidas en este análisis son Vidaurri, Hotel Tolteka, Hotel Trópico Inn, Quesos de Oriente. Las necesidades identificadas abarcan una variedad de alimentos, como yuquitas, tostadas, dulces típicos, tartaletas, pan dulce, tamales, comida típica, café y miel.**



- » La relevancia de los requerimientos para el funcionamiento y desarrollo operativo de las actividades en los hoteles es alta, ya que dependen completamente de estos productos para llevar a cabo su actividad principal, mientras que para las otras empresas son requerimientos para actividades frecuentes, pero que no dependen directamente de ella.
- » El nivel de dificultad para satisfacer estas necesidades se clasifica como alto, ya que se requiere cumplir con estándares de calidad específicos.
- » Aunque la emisión de factura no es indispensable, se considera un requisito en la adquisición de bienes o servicios alimenticios.
- » La zona de influencia se extiende a La Libertad, Santa Ana, San Miguel y San Salvador.
- » La relación comercial en el transcurso del tiempo varía.
- » Las cantidades mínimas a adquirir dependen del tipo de negocio y sus necesidades específicas.
- » Es indispensable suministrar productos alimenticios de alta calidad para establecer relaciones comerciales duraderas y contribuir al desarrollo operativo sostenible de las empresas involucradas.

# VIII. IDENTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE EMPRESAS PARA CONTRATACIÓN





# VIII. IDENTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE EMPRESAS PARA CONTRATACIÓN

## 8.1 Encadenamiento de material reciclable





## 8.2 Encadenamiento de servicios de mantenimiento de maquinaria y equipo



## 8.3 Encadenamiento de servicios de alimentación





**IX.**  
**ANÁLISIS DE SECTORES DE**  
**INTERÉS**





# IX. ANÁLISIS DE SECTORES DE INTERÉS

## 9.1 Resultado de análisis



**Fuente:**  
entrevistas y  
grupos focales.



**Participantes:**  
15 empresas.



**Ubicación:**  
Santa Ana, San  
Salvador y San  
Miguel.



### **Sector: Material reciclable (papel y cartón)**

Es preferible vender en el exterior y no abastecer la demanda local debido a que existen mejores precios en el mercado internacional; y por el otro lado, que el consumidor local de reciclables debe importar lo que el mercado local no es capaz de abastecer en cuanto a calidad y cantidad.

Plan Nacional para la gestión Integral de residuos, Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente

### ► **Desafíos**

**80%**

del mercado opera de manera informal, sector que se ve menos favorecido en cuanto al remate de precios y las condiciones de trabajo en que se encuentran para realizar la recuperación de materiales.

**20%**

es el sector formal, quienes se encargan de abastecer el mercado local y de exportar.



## ► Tendencias

1. Demanda y precios internacionales de determinados materiales.
2. Precios altos de insumos vírgenes.
3. Alianzas empresariales que presionan la reconversión de las tecnologías productivas.
4. Competitividad en el mercado.
5. Beneficios fiscales.

## ► Oportunidades

### 1. Innovación en calidad y cantidad:

El consumidor local de reciclables debe importar lo que el mercado local no puede abastecer en términos de calidad y cantidad. Por tanto, los emprendimientos pueden llenar este vacío, aumentando la cantidad de oferta para el mercado interno

### 2. Formalización del mercado:

Aunque al inicio los emprendimientos no pueden formalizarse, no debe dejarse de lado que el 80% del mercado opera de manera informal, por lo que la formalización de emprendimientos en el sector de reciclaje puede mejorar las condiciones laborales y de remate de precios para los trabajadores, proporcionando un entorno más estructurado y sostenible.

### 3. Tendencias internacionales:

La movilidad intensa del mercado de reciclaje, influenciada por las tendencias internacionales, crea oportunidades para emprendimientos ágiles y adaptativos. Pueden destacarse aquellos que puedan anticipar y responder rápidamente a dichos cambios en la demanda y precios.

### 4. Oportunidades de exportación:

Dada la preferencia por vender en el exterior por los mejores precios, los emprendimientos en el sector de reciclaje pueden aprovechar esta dinámica para contribuir al crecimiento de las exportaciones.



## Sector: Industria, mantenimiento y reparación de maquinaria

Se espera que el mercado global de Mantenimiento, Reparación y Operaciones (MRO) crezca de **\$421.37 mil millones de dólares en 2023 a \$471.65 mil millones para 2028**. Se espera que la creciente adopción de tecnologías inteligentes en las industrias manufactureras, junto con las estrategias de externalización para mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos, sean algunos de los principales impulsores del crecimiento del mercado industria MRO<sup>1</sup>.

## ► Oportunidades de emprendimiento en el mercado actual de MRO

Es importante tener en cuenta que el mercado está altamente fragmentado y competitivo<sup>2</sup>. Sin embargo, hay varias oportunidades para los emprendedores que buscan ingresar al mercado. Algunas de estas oportunidades incluyen:

**1. Servicios de reparación y mantenimiento especializado:** Los emprendedores pueden considerar ofrecer servicios de reparación y mantenimiento especializados para equipos y maquinaria específicos (equipos de construcción, agrícolas, de minería, etc.). Esto puede ayudar a diferenciar su negocio de la competencia y atraer a clientes que buscan servicios especializados.

**2. Soluciones de automatización:** Con la creciente adopción de tecnologías inteligentes en las industrias manufactureras, hay una creciente demanda de soluciones de automatización para el mantenimiento y la reparación de equipos y maquinaria. Las personas emprendedoras pueden considerar ofrecer soluciones de automatización para empresas que buscan mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos.

**3. Tendencias internacionales:**

La movilidad intensa del mercado de reciclaje, influenciada por las tendencias internacionales, crea oportunidades para emprendimientos ágiles y adaptativos. Pueden destacarse aquellos que puedan anticipar y responder rápidamente a dichos cambios en la demanda y precios.

1. Mordor Intelligence. Tamaño del mercado, participación y tendencias. Disponible en: [www.mordorintelligence.com](http://www.mordorintelligence.com)

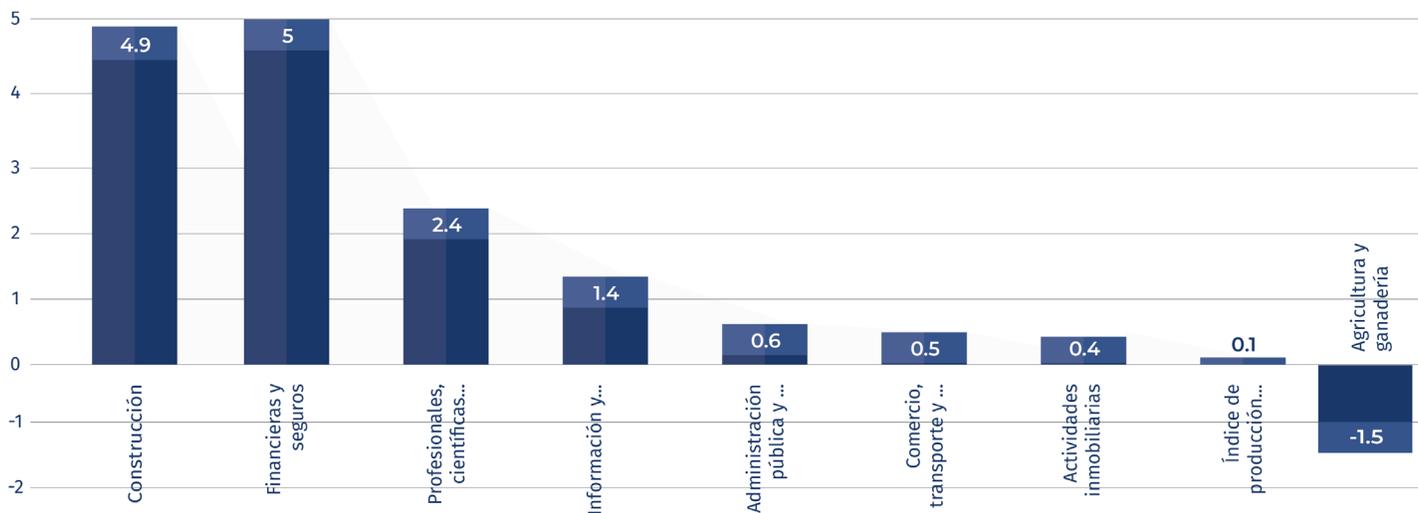
2. Fuente: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/maintenance-repair-operations-mro-industry>



## Sector: Alimentos

Según el Índice de Volumen de la Actividad Económica, en 2023 se registró un incremento anual de 1.1%, esto significó que en promedio de enero a agosto la producción nacional creció en 3.0%.

**Agosto 2023:** De los 9 componentes del IVAE, 8 registraron tasas positivas. Las actividades con mayor dinamismo fueron:



Fuente: Banco Central de Reserva, Boletín Estadístico Mensual a septiembre 2023.

**2021:** El sector de alimentos y bebidas registró la cifra récord de \$1,186 millones de dólares en exportaciones, convirtiéndose en el valor más alto logrado por el sector. Las exportaciones de productos alimenticios y bebidas representan un 18.6% del total de las exportaciones salvadoreñas hacia mercados internacionales<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Ministerio de Economía de El Salvador. Disponible en: <https://www.economia.gob.sv/2022/12/sectores-de-alimentos-y-bebidas-conocen-sobre-las-oportunidades-de-exportacion-mediante-los-acuerdos-comerciales/>

## ► Oportunidades de emprendimiento en el sector alimentos

**1. Crecimiento económico general:** Los emprendimientos pueden diversificarse en subsectores diversos dentro de alimentos y bebidas, como producción de alimentos procesados, servicios de catering, distribución y restaurantes.

**2. Participación en cadenas de valor:** Los emprendimientos pueden tener la oportunidad de participar en las cadenas de valor del sector alimento al ser parte del eslabón como distribuidor de productos alimenticios.

**3. Garantía de calidad:** Los emprendimientos que ofrezcan servicios y productos con altos estándares de calidad y seguridad alimentaria pueden tener la oportunidad de ser sostenibles y tener un crecimiento en el sector.

**4. Experiencia del cliente y gastronomía:** Los emprendimientos que mejoren la experiencia culinaria y de consumo (como productos innovadores, servicios de restauración especializados o tecnologías que optimicen la experiencia del cliente) son potenciales en crecimiento y sostenibilidad.

**5. Contribución económica:** El sector de alimentos y bebidas es una parte significativa de la economía. La producción de alimentos y bebidas, así como los servicios relacionados, generan empleo y contribuyen al Producto Interno Bruto (PIB).

## ► Oportunidades para personas emprendedoras dentro del sector alimentos

**1. Servicios de catering:** Para eventos y reuniones (bodas, fiestas de cumpleaños, reuniones de negocios, etc.).

**2. Productos orgánicos:** Para el mercado local y de exportación (frutas y verduras orgánicas, productos lácteos orgánicos, carne orgánica, etc.).

**3. Productos innovadores:** Que satisfagan las necesidades del mercado local y de exportación (alimentos saludables, alimentos para bebés, para mascotas, etc.).



Estas oportunidades representan un vasto abanico para el desarrollo de emprendimientos en El Salvador, principalmente en el sector de alimentos y bebidas.

- » La clave para el éxito empresarial radica en la capacidad de ajustarse dinámicamente a las tendencias del mercado y cumplir con las expectativas, tanto de los consumidores locales como internacionales.
- » La adaptabilidad estratégica a los cambios en los patrones de consumo, junto con la capacidad de anticipar y satisfacer las demandas

emergentes, son pilares fundamentales para el crecimiento sostenible y la competitividad de los emprendimientos.

- » En un entorno empresarial cada vez más globalizado, atender a estándares internacionales de calidad, adoptar prácticas sostenibles e integrarse en cadenas de valor globales se ha convertido en un imperativo estratégico. Estas acciones son esenciales no solo para consolidarse en el mercado local, sino también para expandir la presencia en el ámbito internacional.

**X.**  
**OPORTUNIDADES Y**  
**ESTRATEGIAS DE**  
**VINCULACIÓN A CADENAS DE**  
**VALOR**





# X. OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN A CADENAS DE VALOR

Superar obstáculos como recursos limitados, capacidades y habilidades restringidas, barreras de comunicación, entre otros desafíos, requiere un enfoque proactivo. Con esto en mente, para facilitar la futura vinculación de los emprendimientos con grandes y medianas empresas, es necesario:

1

## Visibilidad y marketing:

Brindar a los emprendimientos liderados por mujeres la oportunidad de ampliar su alcance y visibilidad mediante una herramienta digital donde puedan presentar sus productos y servicios a las principales empresas de El Salvador y, potencialmente, a la población en general. Además, organizar encuentros que conecten estos negocios con posibles compradores, ya sean pequeños, medianos o grandes. Mejorar las estrategias de marketing y aumentar la visibilidad de los emprendimientos mediante campañas conjuntas o promoción mutua, enfocadas en las necesidades comerciales de medianas y grandes empresas.

2

## Asociaciones y financiamiento:

Fomentar asociaciones y colaboraciones formales entre emprendimientos y empresas, incluyendo acuerdos de suministro a largo plazo y alianzas para la innovación de productos. Especialmente, establecer vínculos con el sector financiero del país para mejorar el acceso a financiamiento. Este financiamiento debe destinarse a mejorar los productos o servicios, profesionalizar al personal a través de la tecnificación, adquirir equipos y realizar campañas comerciales, entre otras necesidades. Además, es crucial ofrecer conocimientos sobre la gestión financiera de los negocios.



3

### **Reducción de costos y competitividad:**

Capacitar a las personas emprendedoras y pequeñas empresas en la mejora de la eficiencia de sus negocios mediante diversas herramientas, como gestión de inventarios, logística y contabilidad de costos, para que puedan ofrecer productos o servicios a precios competitivos frente a los productos importados.

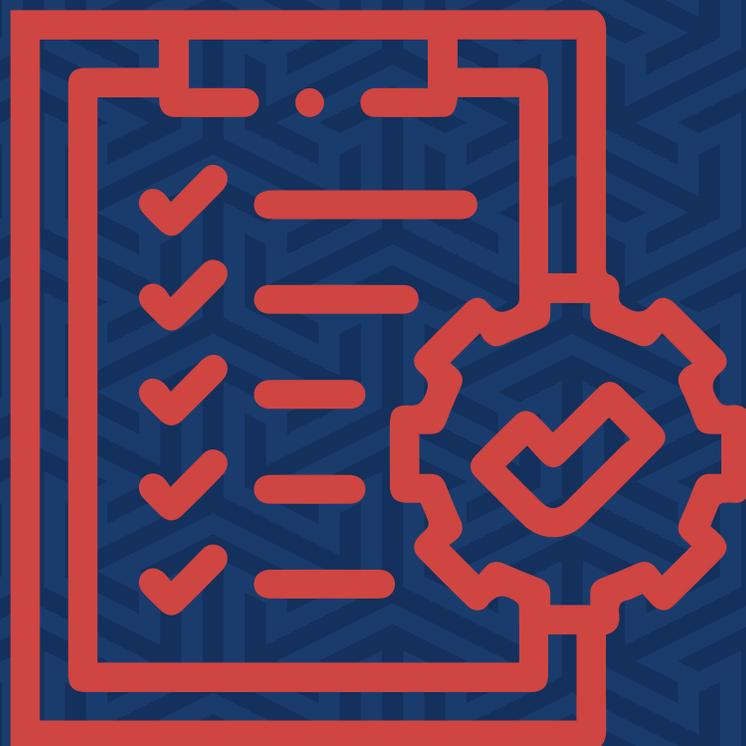
4

### **Alianzas estratégicas:**

Facilitar colaboraciones entre emprendimientos y empresas más grandes para que ambas partes se beneficien mutuamente de experiencias y recursos. Esto incluye alianzas con diversos actores, como cámaras empresariales, centros de formación técnica, gobiernos locales y expertos en comercio digital. Estas alianzas fortalecerán el ecosistema de apoyo para los emprendimientos y proporcionarán recursos y conocimientos adicionales.



# XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES





# CONCLUSIONES

- » El diagnóstico resalta la importancia de fortalecer el tejido empresarial local mediante la **colaboración entre empresas de diferentes tamaños**. Esta colaboración no solo diversificará la economía local, sino que también generará empleo y mejorará la calidad de vida de los emprendedores locales.
- » El análisis de requerimientos de las empresas se presenta como una herramienta estratégica para potenciar la competitividad de los emprendimientos. Al comprender y responder a las demandas empresariales, se fomenta la innovación y la mejora continua de los productos y servicios ofrecidos por los emprendedores.
- » La **integración de los emprendimientos en las cadenas productivas existentes** es un objetivo clave. Esta integración fortalecerá la posición de los emprendimientos en el mercado y contribuirá al desarrollo socioeconómico local, promoviendo un crecimiento económico inclusivo y sostenible.
- » Las entrevistas y grupos focales revelan que las **empresas buscan activamente colaborar con emprendimientos locales**, promoviendo la producción nacional y apoyando a comunidades rurales. Este interés por el desarrollo económico local y el fortalecimiento de sectores como la agricultura es evidente.
- » Las empresas enfrentan desafíos comunes, como la formalización, limitaciones de capital y la mejora de la calidad de los productos. La colaboración con emprendimientos es una estrategia clave para superar estos obstáculos, destacando la importancia de establecer relaciones sólidas y a largo plazo.
- » Hay un fuerte énfasis en la sostenibilidad y la responsabilidad social por parte de las empresas. La colaboración con comunidades rurales, el apoyo a la producción sostenible y el compromiso con el desarrollo económico local son aspectos fundamentales. La búsqueda de prácticas sostenibles y certificaciones orgánicas es una prioridad en la selección de socios comerciales.
- » La **perspectiva de género** también es importante en las relaciones comerciales, con empresas manteniendo vínculos con mujeres emprendedoras, reflejando un compromiso con la equidad y la inclusión.
- » Se identifican eslabones clave en la cadena de valor, como la colaboración con agricultores locales, el desarrollo de comunidades rurales y la gestión eficiente de recursos. La diversificación de productos, el uso de tecnología de calidad y el apoyo continuo a emprendedores son estrategias vitales para fortalecer la cadena de valor.
- » Las **estrategias para la sostenibilidad a largo plazo** incluyen el desarrollo de capacidades mediante programas de capacitación, el acceso a financiamiento, el establecimiento de



alianzas estratégicas y el apoyo a la formalización de emprendimientos. La comunicación abierta y transparente es esencial para abordar desafíos y aprovechar oportunidades de manera colaborativa.

- 
- » El **sector de reciclaje de papel y cartón presenta un mercado dinámico** con una tendencia hacia las exportaciones. La informalidad en el 80% del mercado es un desafío, pero la formalización puede mejorar las condiciones laborales. Las oportunidades incluyen la innovación en calidad y cantidad, la formalización del mercado y la adaptación a las tendencias internacionales.

---

  - » La **industria de mantenimiento, reparación y operaciones (MRO) está en crecimiento global**, impulsada por la adopción de

tecnologías inteligentes. A pesar de la competencia, existen oportunidades en servicios especializados, soluciones de automatización y consultoría. La clave es diferenciarse y adaptarse a las necesidades cambiantes de las empresas.

- 
- » El **sector alimentario es vital para la economía salvadoreña**, con un crecimiento anual. Las oportunidades incluyen la diversificación en la industria alimentaria, la participación en cadenas de valor, la garantía de calidad, la experiencia del cliente y la contribución económica. Enfoques como servicios de catering, productos orgánicos e innovadores son estrategias prometedoras para los emprendimientos en este sector.

# RECOMENDACIONES

- 1. Establecer redes de colaboración:** Fomentar la creación de redes sólidas entre empresarias y emprendedoras locales. La colaboración entre mujeres líderes puede fortalecer la posición de sus emprendimientos en el mercado y proporcionar apoyo mutuo en términos de conocimientos, recursos y experiencias.

---

- 2. Participar en iniciativas de desarrollo empresarial:** Involucrarse en programas e iniciativas de desarrollo empresarial centrados en la capacitación y el fortalecimiento de habilidades comerciales. Esto puede incluir programas de mentoría, talleres y eventos diseñados específicamente para mujeres emprendedoras.

---

- 3. Promover la diversificación de productos y servicios:** Explorar oportunidades para diversificar los productos y servicios ofrecidos. La diversificación puede abrir nuevas puertas y facilitar la integración en diversas cadenas de valor, permitiendo a las mujeres líderes adaptarse a las demandas cambiantes del mercado.

---

- 4. Fomentar la formalización y certificaciones:** Apoyar la formalización de los emprendimientos y buscar certificaciones que respalden prácticas sostenibles y de calidad. La formalización puede facilitar la colaboración con otras empresas y abrir puertas a mercados más amplios.

---

- 5. Aprovechar la perspectiva de género:** Destacar la importancia de la perspectiva de género en las relaciones comerciales. Colaborar con empresas que compartan valores de equidad e inclusión puede fortalecer las relaciones comerciales y generar un impacto positivo en la comunidad empresarial.

---

- 6. Buscar alianzas estratégicas:** Identificar oportunidades para establecer alianzas estratégicas con empresas que compartan objetivos similares. Colaborar con otras organizaciones puede proporcionar recursos adicionales, conocimientos especializados y acceso a nuevas oportunidades de mercado.

---

- 7. Participar en programas de sostenibilidad y desarrollo:** Involucrarse en programas que promuevan la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo. Esto puede incluir capacitaciones, acceso a financiamiento sostenible y programas que respalden la responsabilidad social empresarial.

---

- 8. Fomentar la comunicación abierta:** Establecer canales de comunicación abiertos y transparentes con otras empresas y organizaciones. La comunicación efectiva es fundamental para abordar desafíos y aprovechar oportunidades de manera colaborativa.



## Pasos para cerrar las brechas identificadas y fomentar el encadenamiento de emprendimientos

### **Facilitar plataformas de colaboración:**

Establecer plataformas y espacios donde las empresas locales, independientemente de su tamaño, puedan conectarse y colaborar. Esto podría incluir eventos de networking, ferias comerciales locales y plataformas en línea.

### **Promover programas de capacitación y asesoramiento:**

Implementar programas que aborden áreas identificadas como desafíos comunes, como la formalización, la calidad del producto y las limitaciones de capital. Estos programas pueden ser tanto presenciales como virtuales.

**Facilitar el acceso a financiamiento:** Buscar instituciones que faciliten el acceso a financiamiento para emprendimientos, con un enfoque especial en aquellos liderados por mujeres. Esto podría incluir líneas de crédito específicas y programas de microfinanzas.

**Incentivar alianzas estratégicas:** Facilitar la creación de alianzas estratégicas entre empresas de diferentes tamaños. Esto podría incluir incentivos gubernamentales para colaboraciones comerciales, especialmente aquellas que involucren a emprendimientos liderados por mujeres.

**Establecer programas de certificación de sostenibilidad y género:** Implementar programas de certificación que respalden prácticas sostenibles y de equidad de género. Estos certificados pueden ser utilizados como ventaja competitiva y criterio de selección para las colaboraciones comerciales.

**Desarrollar Incentivos para la diversificación de productos:** Ofrecer incentivos para la diversificación de productos y servicios, alentando a las empresas a explorar nuevas áreas y mercados. Esto puede incluir subsidios o beneficios fiscales para emprendimientos que amplíen su oferta.

**Fomentar la Participación en Cadenas de Valor:** Facilitar la integración de emprendimientos en las cadenas productivas identificadas, promoviendo la colaboración en cada etapa de la cadena. Esto puede contribuir al crecimiento económico inclusivo y sostenible.

**Apoyar iniciativas de innovación:** Estimular la innovación mediante el apoyo a iniciativas que fomenten la mejora constante de productos y servicios. Esto puede incluir programas de investigación y desarrollo, así como incentivos para la adopción de tecnologías avanzadas.

### **Establecer programas de sensibilización:**

Implementar programas de sensibilización sobre la importancia del encadenamiento de emprendimientos. Esto puede incluir campañas de concientización en la comunidad empresarial y eventos que destaquen casos exitosos de colaboración.

### **Evaluar impacto y ajustar estrategias:**

Implementar un proceso de evaluación continua para medir el impacto de las iniciativas tomadas y ajustar estrategias según sea necesario. La retroalimentación constante ayudará a perfeccionar las estrategias a lo largo del tiempo.

## **XII.** **ANEXOS**





## ► Anexo 1

### Empresas participantes en la entrevista

#### Empresas participantes en el proceso: 15

Perfil de selección: Las empresas fueron seleccionadas de acuerdo con los criterios predefinidos en el perfil empresarial establecido por el proyecto.

#### BASE DE EMPRESAS

Esta base provee información crucial para comprender las necesidades de bienes y servicios por parte de las medianas y grandes empresas. Además, sienta las bases para descubrir nuevas y prometedoras oportunidades de establecer vínculos comerciales con emprendedores.

N°	Nombre de la empresa	Tamaño de la empresa	Sector productivo	Departamento	Información de contacto
1	Grupo Lorena	Mediana	Alimentos y bebidas	San Miguel	www.talentos.grupolorena.com.sv Tel. 2660-8900
2	Fábrica de listones Fantasía, SA de CV	Mediana	Industria	La Libertad	www.grupomiguel.com/es/ Tel. 2319-1900
3	Holcim	Grande	Construcción	Santa Ana	www.holcim.com.sv Tel. 7874-7030
4	Grupo Perla Salvadoreño, SA de CV	Mediana	Industria alimentos	San Miguel	www.groupersa.com.sv Tel. 2605-4744
5	Ecosalva SA de CV	Mediana	Industria papel y cartón	San Salvador	www.ecosalva.com Tel. 2216-7186
6	Iberplastic SA de CV	Grande	Industria plástica	La Libertad	www.iberplastic.com Tel. 2327-6704
7	Negocios de Oriente	Mediana	Informática	San Miguel	www.negociosdeoriente.com Tel. 7593-2878
8	Lácteos de Metapán	Mediana	Manufactura	Santa Ana	www.facebook.com/quesos-demetapan.sv Tel. 2469-3333
9	Frutería Vidaurri	Grande	Manufactura de alimentos	San Salvador	www.vpcom.com/#6 Tel. 78532932
10	TUDO Transporte	Mediana	Otros (Servicios de transporte)	Santa Ana	www.tudo.com.sv Tel. 2440-9293
11	IMC Medios, SA de CV	Mediana	Otros (Servicios)	San Salvador	www.imcmedios.com Tel. 7873-2253



Diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de medianas y grandes empresas con emprendimientos de mujeres

12	CEL El Salvador	Grande	Otros (Servicios)	San Miguel	www.cel.gob.sv Tel. 7748-4705
13	Zaturns	Mediana	Comercio	San Salvador	N/A Tel. 61985380
14	Hotel Trópico Inn	Mediana	Turismo	San Miguel	www.tropicoinn.com.sv Tel. 2682-1000
15	Hotel Tolteka	Mediana	Turismo	Santa Ana	www.hoteltoltekaplaza. hoteleselsalvador.com Tel. 2487-1000

## ► Anexo 2

### Empresas participantes de los grupos focales

**Grupo focales:** Para obtener información exhaustiva de las demandas, bienes y servicios de las empresas.

En este punto crítico, se adquiere una comprensión directa de las principales necesidades de bienes y servicios de las empresas, se obtiene una perspectiva sobre sus experiencias de colaboración con emprendimientos, se exploran los requisitos para establecer conexiones comerciales y, asimismo, se recopilan recomendaciones orientadas a mantener dichas vinculaciones comerciales a largo plazo.

N°	Nombre de la empresa	Tamaño de la empresa	Sector productivo	Departamento	Información de contacto
1	Grupo Lorena	Mediana	Alimentos y bebidas	San Miguel	www.talentos.grupolorena.com.sv Tel. 2660-8900
2	Fábrica de listones Fantasía, SA de CV	Mediana	Industria	La Libertad	www.grupomiguel.com/es/ Tel. 2319-1900
3	Holcim	Grande	Construcción	Santa Ana	www.holcim.com.sv Tel. 7874-7030
4	Grupo Perla Salvadoreño, SA de CV	Mediana	Industria alimentos	San Miguel	www.groupersa.com.sv Tel. 2605-4744
5	Ecosalva SA de CV	Mediana	Industria papel y cartón	San Salvador	www.ecosalva.com Tel. 2216-7186
6	Iberplastic SA de CV	Grande	Industria plástica	La Libertad	www.iberplastic.com Tel. 2327-6704
7	Negocios de Oriente	Mediana	Informática	San Miguel	www.negociosdeoriente.com Tel. 7593-2878
8	Lácteos de Metapán	Mediana	Manufactura	Santa Ana	www.facebook.com/quesos-demetapan.sv Tel. 2469-3333
9	Frutería Vidaurri	Grande	Manufactura de alimentos	San Salvador	www.vpcom.com/#6 Tel. 78532932
10	TUDO Transporte	Mediana	Otros (Servicios de transporte)	Santa Ana	www.tudo.com.sv Tel. 2440-9293
11	IMC Medios, SA de CV	Mediana	Otros (Servicios)	San Salvador	www.imcmedios.com Tel. 7873-2253



Diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de medianas y grandes empresas con emprendimientos de mujeres

12	CEL El Salvador	Grande	Otros (Servicios)	San Miguel	<a href="http://www.cel.gob.sv">www.cel.gob.sv</a> Tel. 7748-4705
13	Zaturns	Mediana	Comercio	San Salvador	N/A Tel. 61985380
14	Hotel Trópico Inn	Mediana	Turismo	San Miguel	<a href="http://www.tropicoinn.com.sv">www.tropicoinn.com.sv</a> Tel. 2682-1000
15	Hotel Tolteka	Mediana	Turismo	Santa Ana	<a href="http://www.hoteltoltekaplaza.hoteleselsalvador.com">www.hoteltoltekaplaza.hoteleselsalvador.com</a> Tel. 2487-1000

## ► Anexo 3

### Fichas resumen de empresas entrevistadas

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	
NOMBRE	Ecosalva S.A. de C.V.
CONTACTO	César Reyes.
TELÉFONO	2216-7186.
CORREO	info@ecosalva.com
RUBRO	
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Compra / venta de papel y cartón.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Apopa.
CUENTA CON SUCURSALES	No, solo casa matriz.
NÚMERO DE SUCURSALES, EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	Apopa.
INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIA PRIMA	Papelería desechable de oficina, revistas, catálogos, papeles escolares, recortes de imprentas, guías telefónicas, papel periódico con o sin impresión, libros y cartón desechable.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Grandes y medianas empresas principalmente imprentas; emprendimientos que venden papel y cartón reciclado.
A.2 OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	N/A.
B TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	N/A.
B.1 COMPRAS EVENTUALES	Servicios de mantenimiento, reparación de maquinaria y flota vehicular, servicios de montacarga.
C. TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Microempresas de la zona.
FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	N/A.
ESTATUS LEGAL	Opcional.
OTROS DETALLES DE PROVEEDORES	Para las empresas que entregan volúmenes grandes de papel y cartón deben estar inscritos al IVA.



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Iberplastic S.A.de C.V.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Jenny Moreno.
TELÉFONO	2327-6704
CORREO	info@iberplastic.com
RUBRO	Compra / venta de plástico para la elaboración de escobas y bases para trapeadores.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Compra / venta de papel y cartón.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Km. 24 1/2 Carretera al Puerto de La Libertad.
CUENTA CON SUCURSALES	No, solo casa matriz.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	Apopa.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Botellas para bebidas, envases para detergentes, etiquetas, tapones.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Emprendimientos que venden plástico.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	N/A.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	N/A.
B. COMPRAS EVENTUALES	Talleres de reparación de maquinaria y repuestos.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Microempresas / talleres de reparación de maquinaria y repuestos.
D.1 LUGARES DE BUSQUEDA DE PROVEEDORES	Locales.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contrae la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Entrega de factura (preferiblemente).
ESTATUS LEGAL DE PROVEDORES	N/A.
OTROS DETALLES DE PROVEEDORES	N/A.

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Quesos de Metapán.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Alexander Orellana.
TELÉFONO	7055-5949
CORREO	gerencia@quesosdemetapan.com
RUBRO	Industria alimenticia.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Fabricación de productos lácteos.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Santa Ana.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	10.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO QUE APLIQUE	San Salvador, Antigua Cuscatlán, Santa Ana.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Lácteos.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Emprendimientos y microempresas.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	Yuquitas y tostadas, dulces típicos, tartaletas.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimientos.
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
D.1 LUGARES DE BUSQUEDA DE PROVEEDORES	Proveedor local.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Entrega de factura (preferiblemente).



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Grupo Lorena.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Gabriela Margarita González.
TELÉFONO	7854-7793
CORREO	gabriela.gonzalez@grupolorena.com.sv
RUBRO	Industria alimenticia.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Servicios alimentos y bebidas.
NÚMERO DE EMPLEADOS	450.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Miguel.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	7.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	San Miguel, Usulután, La Unión, Santa Rosa de Lima, Jiquilisco, Gotera y El Tránsito.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras / cada área tiene un presupuesto de compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Huevos, maíz, trigo, café, azúcar, lácteos y otros derivados para la elaboración de pan.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	Servicio domicilio, chocolate de tablilla, dentro de la misma empresa, confitería de dulces emprendimiento de uno de los empleados, elaboración de topic de plástico.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimiento.
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Entrega de factura (preferiblemente).

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Hotel Tolteka.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	César Meléndez.
TELÉFONO	7603-0468
CORREO	tolteka@hoteleselsalvador.com
RUBRO	Hoteles.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Servicios de hostelería.
NÚMERO DE EMPLEADOS	41.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Santa Ana.
CUENTA CON SUCURSALES	No, solo el Hotel en Santa Ana.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	Santa Ana.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Presupuesto de compras definido en Hotel Tolteka / Gerencia de Compras en Hoteles El Salvador.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Verduras, frutas y pan dulce.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grandes y Medianas empresas.</li> <li>• Emprendimientos.</li> </ul>
A.2 OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamales.</li> <li>• Comida típica.</li> <li>• Verduras y frutas.</li> <li>• Pan dulce.</li> </ul>
B TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimientos y microempresas.
B.1 COMPRAS EVENTUALES	Servicios de pipa.
C. TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Microempresas de la zona.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	N/A.
ESTATUS LEGAL	Opcional.



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Frutería Vidaurri.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	José Felipe Sibrian.
TELÉFONO	7853-2932.
CORREO	Jfibrian@vpcom.com
RUBRO	Importación y distribución de frutas frescas.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Distribuidores de productos comestibles.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Apopa.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	1.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	San Salvador.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA:</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Frutas y verduras (lechugas, pitahaya).
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Emprendimientos y agricultores.
A.2 OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de mantenimiento en equipos de refrigeración.</li> <li>• Servicios de alimentos para empleados.</li> </ul>
B TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Microempresas de la zona.
B.1 COMPRAS EVENTUALES	Canasta de mimbre para frutas.
C. TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	N/A.
ESTATUS LEGAL	Opcional.
OTROS DETALLES DE PROVEEDORES	

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Negocios de Oriente.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Olga Ayala Villanueva.
TELÉFONO	7593-2878.
CORREO	olgavillanueva1997@gmail.com
RUBRO	Comercio.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Tecnología.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Miguel.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	3.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	San Miguel, San José Quelepa.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Equipos tecnológicos y mobiliario.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• galletas,</li> <li>• panes con pollo,</li> <li>• sector de alimentos,</li> <li>• detergentes,</li> <li>• mantenimiento de aire acondicionado.</li> </ul>
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimiento.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Garantía, disponibilidad y calidad.



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>TUDO S.A. de C.V.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Dennis Miranda.
TELÉFONO	7543-8318.
CORREO	comunicacionestudo@gmail.com
RUBRO	Otras actividades de transporte.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Otras actividades de apoyo al transporte.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Santa Ana.
CUENTA CON SUCURSALES	No.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	1.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	N/A.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
A.2 OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	Desayunos, almuerzos y cenas para motoristas.
B TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendedores y microempresas.
B.1 COMPRAS EVENTUALES	Promocionales, uniformes para motoristas.
C. TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Emprendedores y microempresas.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	N/A.
ESTATUS LEGAL	Opcional.
OTROS DETALLES DE PROVEEDORES	

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>IMC Medios, S.A. de C.V.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	David Ayala.
TELÉFONO	7873-2253.
CORREO	dayala@imcmedios.com
RUBRO	Servicio.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Publicidad.
NÚMERO DE EMPLEADOS	75.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Salvador.
CUENTA CON SUCURSALES	No.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Papelería, vinil, y equipos luminosos.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Crédito.
FORMAS DE PAGO	Quedan.
OTROS REQUISITOS	Factura Indispensable.



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>HOLCIM.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Fiona Alfaro.
TELÉFONO	7874-7030.
CORREO	fiona.alfaro@holcim.com
RUBRO	Construcción.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Producción y comercialización de cemento.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	Antiguo Cuscatlán.
CUENTA CON SUCURSALES	1.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	Metapán, Santa Ana.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Local.
A.2 OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comida.</li> <li>• Servicios de eventos.</li> <li>• Servicios de diseño gráfico.</li> <li>• Servicios de limpieza.</li> </ul>
B TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendedores y Microempresas.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Factura indispensable.
ESTATUS LEGAL	Obligatorio.
OTROS DETALLES DE PROVEEDORES	Cumplimiento de requisitos.

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>GROUPERSA S.A. de C.V.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Yanci Flores.
TELÉFONO	2605-4744.
CORREO	groupersa2016@gmail.com
RUBRO	Industria alimenticia.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Comercio.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Miguel.
CUENTA CON SUCURSALES	No.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Papelería, vinil, y equipos luminosos.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Crédito.
FORMAS DE PAGO	Quedan.
OTROS REQUISITOS	Factura indispensable.



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Fábrica de Listones Fantasía, S.A. DE C.V.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Merdith Janette Callejas Martínez.
TELÉFONO	2319-1900.
CORREO	lherrerea@grupomiguel.com.sv
RUBRO	Industria textil.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Textil.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	La Libertad, San Juan Opico.
CUENTA CON SUCURSALES	No.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Tela, hilo y derivados.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	N/A.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	N/A.
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Crédito.
FORMAS DE PAGO	Quedan.
OTROS REQUISITOS	Factura indispensable.

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Zaturns</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Cristian Morán.
TELÉFONO	6198-5380
CORREO	moflocx@gmail.com
RUBRO	Compra y venta de productos.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Comercio.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Salvador.
CUENTA CON SUCURSALES	No.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	N/A.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	N/A.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Bicicletas, scooter y accesorios para bebé.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	Servicios de limpieza.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendedores.
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Pago de contado contra la entrega de producto.
FORMAS DE PAGO	En efectivo.
OTROS REQUISITOS	Entrega de factura (preferiblemente).



<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>CEL El Salvador.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Santiago René Hernández.
TELÉFONO	7748-4705, 2211-6174
CORREO	srehernandez@cel.gob.sv
RUBRO	Servicio.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Servicio de energía eléctrica.
NÚMERO DE EMPLEADOS	453.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Salvador.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	4.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	Metapán, Potonico, Sensuntepeque, Usulután.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Maquinaria y equipos.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	Mantenimiento a maquinaria, oficina limpieza, comida preparada.
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimiento y microempresas.
B. COMPRAS EVENTUALES	Mano de obra ocasionalmente.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	Locales.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Por un contrato, y se rigen bajo ley de compras del país.
FORMAS DE PAGO	Quedan.
OTROS REQUISITOS	Factura indispensable.

<b>DATOS GENERALES DE EMPRESA</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>Hotel Trópico Inn.</b>
NOMBRE DE CONTACTO	Álvaro Orellana.
TELÉFONO	7855-4957
CORREO	alvaroorellana@tropicoinn.com.sv
RUBRO	Alojamiento y alimentación.
DESCRIPCIÓN DEL GIRO DE LA EMPRESA	Alojamiento y alimentación.
MUNICIPIO DE OFICINAS CENTRALES	San Miguel.
CUENTA CON SUCURSALES	Sí.
NÚMERO DE SUCURSALES EN CASO APLIQUE	1.
MUNICIPIOS EN DONDE TIENE SUCURSALES EN CASO DE QUE APLIQUE	Chirilagua.
<b>INFORMACIÓN SOBRE COMPRAS DE LA EMPRESA:</b>	
QUIÉN ES EL ENCARGADO DE LAS COMPRAS	Gerencia, Gerencia de Compras.
A. TIPO DE SERVICIOS ESENCIALES O MATERIAS PRIMAS	Materiales de limpieza, alimentos, bebidas.
A.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL:	Proveedores internacionales y locales.
A. OTROS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA OPERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamales.</li> <li>• Café 75lb semanales.</li> <li>• Miel 100 botella.</li> <li>• Quesos.</li> <li>• Servicio de mantenimientos de aire acondicionado.</li> </ul>
B.1 TIPO DE PROVEEDORES ACTUAL	Emprendimientos y microempresas.
B. COMPRAS EVENTUALES	N/A.
C.1 TIPO DE PROVEEDOR ACTUAL	N/A.
<b>FORMAS Y REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES</b>	
TIPO DE CONTRATO	Contra entrega, crédito.
FORMAS DE PAGO	Efectivo, cheque.
OTROS REQUISITOS	Factura preferiblemente.



## ► Anexo 4

### Instrumentos de recolección de información primaria

Para respaldar eficazmente la ejecución de las consultas dirigidas a las empresas, es esencial contar con herramientas de recolección de información sólidamente diseñadas, que permitan adquirir los insumos vitales para el propósito del estudio en cuestión. Este conjunto de documentos se origina con la carta de presentación dirigida a las empresas, la cual desempeña un papel fundamental en la creación de un entorno de confianza propicio para los entrevistados.

Además, se dispone de formatos para la recopilación de datos tanto en entrevistas individuales como en grupos focales. Estos formatos no solo actúan como guías estructuradas para la obtención de información, sino que también garantizan que los representantes empresariales compartan sus perspectivas de manera completa y coherente.

Esta gama de instrumentos de recolección de información se erige como un recurso estratégico que potencia la calidad y relevancia de los datos obtenidos, enriqueciendo así el análisis y la interpretación posterior de los resultados.

#### Formulario inicial

Esta herramienta se utilizó entre julio y agosto para las primeras intervenciones con las empresas candidatas.

**Objetivo:** Recopilar información clave de las empresas y sus representantes con el fin de conocer su disponibilidad para participar en un diagnóstico de necesidades de bienes y servicios.

1. Nombre de la empresa	Para identificar la entidad con la que se está interactuando.
2. Nombre de la persona que completa el formulario	Para establecer un punto de contacto y saber quién está respondiendo.
3. Área de la empresa a la que pertenece	Permite conocer la división específica dentro de la empresa.
4. Cargo que desempeña	Proporciona información sobre la posición jerárquica de la persona.
5. Número de teléfono	Proporciona un medio de contacto adicional.
6. ¿Desea colaborar en la realización de un diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de micro y pequeños emprendimientos?	Determina si la empresa está interesada en participar en el diagnóstico.

<b>7.</b> Sector productivo	Permite clasificar la empresa en términos de la industria a la que pertenece.
<b>8.</b> Departamento	Ayuda a identificar la ubicación geográfica de la empresa.
<b>9.</b> Municipio	Proporciona información adicional sobre la ubicación.
<b>10.</b> Tamaño de la empresa	Permite clasificar la empresa según su tamaño, lo que puede influir en sus necesidades y oportunidades.
<b>11.</b> Principal actividad económica de la empresa	Brinda información sobre el enfoque comercial de la empresa.
<b>12.</b> ¿La siguiente etapa es una entrevista de 15 a 20 minutos? ¿De qué forma le parecería mejor realizarla?	Evalúa la disponibilidad y preferencia de la empresa para una entrevista.
<b>13.</b> ¿Escriba un correo electrónico para contactarnos de 15 a 20 minutos?	Proporciona un medio de contacto adicional.
<b>14.</b> ¿Está interesada en participar en un desayuno o almuerzo empresarial?	Explora la disponibilidad de la empresa para eventos de networking.
<b>15.</b> ¿Opcional, Elija una fecha específica para realizar la entrevista de qué forma le parecería mejor realizarla?	Intenta coordinar y agendar la entrevista según la disponibilidad de la empresa.



## ► Anexo 5

### Estructura de preguntas de la entrevista

**Objetivo:** Conocer las necesidades de contratación de bienes y servicios de medianas y grandes empresas lo cual permitirá identificar oportunidades de vinculación con pequeños emprendimientos impactando en nuevas oportunidades de empleo.

#### Información de la empresa

- » Nombre de la empresa.
- » Tamaño de la empresa.
- » Principal actividad económica.
- » Propiedad de capital.
- » Sector productivo.
- » Información de contacto.
- » Nombre de la persona encuestada.
- » Área de la empresa.
- » Cargo.
- » Datos de contacto.
- » Teléfono.
- » Correo electrónico.
- » Sitio Web de la empresa.

#### Ubicación

- » Departamento.
- » Municipio.
- » Dirección de oficina central (casa matriz) de la empresa.

#### Mercado objetivo

¿Cuál es su mercado objetivo?

#### Relación con emprendimientos

- » ¿Ha trabajado con micro o pequeños emprendimientos anteriormente?
- » Si no lo ha hecho, ¿por qué razón?
- » Interés en colaborar con emprendimientos.
- » ¿Estaría interesado en trabajar con emprendimientos?

- » ¿La participación de mujeres como líderes en emprendimientos es un valor agregado para su empresa?
- » Capacidad y calidad de emprendimientos.
- » ¿Cree que los micros y pequeños emprendimientos pueden ofrecer productos y servicios de calidad a las empresas? ¿Por qué?

### **Estándares de calidad y cumplimiento**

¿Cómo asegura que los proveedores cumplan con los estándares de calidad y entrega que su empresa necesita?

### **Requisitos para proveedores**

- » ¿Qué requisitos debe cumplir un emprendimiento para ser proveedor de su empresa?
- » Aspectos clave en relaciones comerciales.
- » Reorganice los aspectos más importantes al establecer una relación comercial con proveedores, comenzando por el más relevante.

### **Caso de éxito y estrategias**

- » ¿Tiene un caso de éxito en la vinculación de su empresa con un emprendimiento? Descríbalo.
- » ¿Qué estrategias se utilizaron para lograrlo?
- » Obstáculos o desafíos.
- » Si ha colaborado con emprendimientos, ¿qué obstáculos o desafíos han experimentado?

### **Contribución al desarrollo económico local**

- » ¿Considera que las empresas grandes y medianas contribuyen al desarrollo económico local y regional al conectar con micro o pequeños emprendimientos? ¿Por qué?
- » Sostenibilidad en colaboración con emprendimientos.
- » ¿Cómo lograr que la colaboración con micro o pequeños emprendimientos sea sostenible a largo plazo?

### **Beneficios de la vinculación**

- » ¿Qué tipo de beneficios considera que su empresa obtendrá al vincularse con micros y pequeños emprendimientos?



### **Obstáculos relevantes en relaciones comerciales**

Desde su perspectiva, reorganice los obstáculos o desafíos más relevantes que podrían surgir al establecer una relación comercial con emprendimientos.

### **Sugerencias para mejorar la conexión**

¿Qué sugerencias tiene para mejorar la conexión entre empresas y micro/pequeños emprendimientos y así impulsar el desarrollo económico local y regional?

### **Formato de matrices para sistematización de información recolectada en entrevista y grupo focales**

- » Al contar con instrumentos de recolección de información destinados a las empresas, se torna necesario verter la totalidad de los datos recabados en un proceso de sistematización.
- » A través de la creación y utilización de esta matriz de datos, emergen los elementos esenciales necesarios para dar sustento a la consulta en cuestión.
- » Esta matriz actúa como una fuente fidedigna y concentrada de insumos cruciales para alimentar y enriquecer la ejecución de la consultoría en su totalidad.

## ► Anexo 6

### Guía de moderación para grupos focales

Esta herramienta se utilizó en el periodo agosto y septiembre para los grupos focales y recopilación de información adicional con las empresas.

#### Introducción

Buenas tardes, estimados participantes. Agradezco su presencia en el grupo focal sobre colaboración empresarial y desarrollo económico en El Salvador. Mi nombre es [Tu Nombre], y estaré moderando esta conversación. Le agradecemos mucho su participación en este grupo focal, ya que sus opiniones y experiencias son esenciales para nuestro estudio.

#### Objetivos

El propósito de este grupo focal es obtener una comprensión más profunda de las perspectivas de diferentes actores empresariales sobre la colaboración entre empresas y emprendimientos en El Salvador, y cómo esto puede contribuir al desarrollo económico local y regional.

#### Confidencialidad y normas

Queremos asegurarles que todas las opiniones expresadas en este grupo focal serán tratadas con alto nivel de profesionalidad y sólida responsabilidad de confidencialidad. Les pedimos que respeten las opiniones de los demás participantes y eviten mencionar información confidencial de otras empresas o individuos.

#### Estructura de la conversación

**Presentaciones:** Por favor, tómese un momento para presentarse brevemente, mencionando su nombre, cargo y la empresa que representa.

**Percepciones iniciales:** Comencemos con una pregunta general para conocer sus percepciones iniciales. ¿Cuál es su opinión sobre la colaboración entre empresas y emprendimientos en El Salvador? ¿Usted considera que esta colaboración puede tener un impacto en el desarrollo económico local y regional?

**Necesidades y oportunidades:** Vamos a discutir las necesidades de bienes y servicios de las empresas en la región. ¿Qué necesidades ha identificado en su empresa? ¿Ha encontrado oportunidades para colaborar con emprendimientos para satisfacer esas necesidades?

**Desafíos y beneficios:** ¿Qué desafíos cree que pueden surgir al establecer relaciones comerciales con emprendimientos? ¿Y cuáles podrían ser los beneficios de esta colaboración tanto para las empresas como para los emprendimientos?



**Criterios de selección:** ¿Cuáles son los criterios que su empresa considera al seleccionar emprendimientos como proveedores? ¿Qué requisitos deben cumplir los emprendimientos para ser considerados como socios comerciales?

**Experiencias y obstáculos:** Le invito a compartir cualquier experiencia que haya tenido al colaborar con emprendimientos. ¿Ha enfrentado obstáculos específicos en estas colaboraciones? ¿Cómo los ha superado?

**Perspectivas de género:** Considerando el Proyecto LibrES, ¿usted cree que la participación de mujeres como líderes en emprendimientos agrega valor a estas colaboraciones?

**Sostenibilidad a largo plazo:** ¿Qué enfoques o estrategias podrían asegurar que la colaboración con emprendimientos sea sostenible a largo plazo?

**Cadena de valor:** ¿Cuáles consideran ustedes que son los eslabones clave en la cadena de valor de sus empresas y cómo encuentran y licitan los productos y bienes necesarios para fortalecer esta cadena?

**Recomendaciones:** Para finalizar, ¿qué recomendaciones tiene para mejorar la conexión entre empresas y emprendimientos y fomentar un desarrollo económico más inclusivo y sostenible en El Salvador?

## Cierre

Agradecemos mucho su participación y aportes en esta conversación. Sus opiniones son fundamentales para nuestro estudio. Si tiene alguna pregunta adicional o desea agregar algo, este es el momento para hacerlo.

## Agradecimiento

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento por su tiempo y contribución. Sus perspectivas serán de gran valor para nuestras recomendaciones y esfuerzos para promover un entorno empresarial dinámico y próspero en El Salvador.

La presentación para guiar a los participantes en el desarrollo del Focus Group fue el siguiente:




Sumando sostenemos el futuro

## Encuentro empresarial

Focus group

1

### Agenda

- Introducción
- Objetivos de la reunión
- Confidencialidad y normas
- Estructura de Focus Group
  - Percepciones iniciales
  - Necesidades y oportunidades
  - Desafíos y beneficios
  - Criterios de selección
  - Experiencia y obstáculos
  - Perspectiva de género
  - Sostenibilidad a largo plazo
  - Cadena de valor
  - Recomendaciones
- Cierre y agradecimiento.




2

### OBJETIVOS

- Obtener una comprensión más profunda de las perspectivas de diferentes actores empresariales sobre la colaboración entre empresas y emprendimientos en El Salvador, y cómo esta puede contribuir al desarrollo económico local y regional.




3

### CONFIDENCIALIDAD Y NORMAS

- Todas las opiniones expresadas en este grupo focal serán tratadas con alto nivel de profesionalidad y sólida responsabilidad de confidencialidad. Les pedimos que respeten las opiniones de los demás participantes y eviten mencionar información confidencial de otras empresas o individuos.




4

### Percepciones iniciales

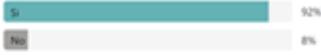
- ¿Cuál es la opinión sobre la colaboración entre empresas y emprendimientos en El Salvador?
- ¿Consideran que esta colaboración puede tener un impacto en el desarrollo económico local y regional?




5

### RESULTADOS PREVIOS DE LA MUESTRA

45. ¿Considera que las empresas grandes y medianas contribuyen al desarrollo económico local y regional al.



Si	52%
No	8%



6

### RESULTADOS PREVIOS DE LA MUESTRA

46. ¿Por qué lo considera así?





7

### Necesidades y Oportunidades:

- ¿Qué necesidades ha identificado en su empresa?
- ¿Ha encontrado oportunidades para colaborar con emprendimientos para satisfacer esas necesidades?




8



# Diagnóstico de oportunidades de vinculación a cadenas de valor de medianas y grandes empresas con emprendimientos de mujeres

### Cadena de valor



- ¿Cuáles son los eslabones clave en la cadena de valor de su empresa y cuáles considera que son los más críticos para su operación?
- ¿Qué estrategias utiliza para optimizar la gestión de inventario y asegurar un flujo constante de productos y materiales en su cadena de valor?
- ¿Cómo gestionan los riesgos en su cadena de suministro y qué planes de contingencia tienen en caso de interrupciones en el suministro de productos clave?
- ¿Qué tecnologías o herramientas utilizan para facilitar la gestión de la cadena de valor y la toma de decisiones relacionadas con la adquisición de productos y bienes?

9

### Desafíos y Beneficios

- ¿Qué desafíos cree que pueden surgir al establecer relaciones comerciales con emprendimientos?
- ¿Y cuáles podrían ser los beneficios de esta colaboración tanto para las empresas como para los emprendimientos?



10

### Que desafíos cree que pueden surgir al establecer relaciones comerciales con emprendimientos



Calidad	High
Estatus legal	Medium-High
Tiempo de entrega	Medium
Disponibilidad	Medium
Precio	Medium-Low
Contratación	Low
Cumplir cantidades mínimas	Low
Aceptación de tipos de pagos	Low

11

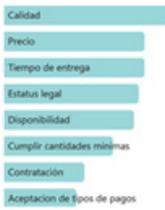
### Criterios de selección

- ¿Cuáles son los criterios que su empresa considera al seleccionar emprendimientos como proveedores?
- ¿Qué requisitos deben cumplir los emprendimientos para ser considerados como socios comerciales?



12

### Aspectos más importantes al establecer una relación comercial con proveedores, comenzando por el más relevante

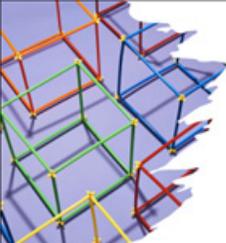


Calidad	High
Precio	Medium-High
Tiempo de entrega	Medium
Estatus legal	Medium
Disponibilidad	Medium
Cumplir cantidades mínimas	Low
Contratación	Low
Aceptación de tipos de pagos	Low

13

### Experiencias y obstáculos

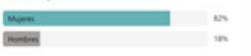
- Le invito a compartir cualquier experiencia que haya tenido al colaborar con emprendimientos.
- ¿Ha enfrentado obstáculos específicos en estas colaboraciones?
- ¿Cómo los ha superado?



14

### Perspectivas de Género

36. Los emprendimientos en su mayoría han sido liderados por



Mujeres	62%
Hombres	38%

- Considere que la participación de mujeres como líderes en emprendimientos agrega valor a estas colaboraciones?

15

### Sostenibilidad a Largo Plazo

- ¿Qué enfoques o estrategias podrían asegurar que la colaboración con emprendimientos sea sostenible a largo plazo?



16

### Recomendaciones

- ¿Qué recomendaciones tiene para mejorar la conexión entre empresas y emprendimientos y fomentar un desarrollo económico más inclusivo y sostenible en El Salvador?



17

### ¡Muchas gracias!




18

## Evaluación y seguimiento

La siguiente tabla está dividida en cuatro etapas principales: Preparación, Evaluación y Seguimiento, y Cierre. Cada etapa contiene actividades y acciones específicas que serán llevadas a cabo por el Equipo Consultor y validadas por el Contratante de la consultoría. Las fechas de inicio y finalización se presentan con base al cronograma presentado teniendo en cuenta diferentes etapas y plazos para llevar a cabo el proceso de evaluación y seguimiento.

Etapas del proceso	Actividades y acciones	Responsable
<b>Preparación</b>	Revisión del diagnóstico inicial.	Equipo consultor.
	Definir indicadores de evaluación.	Equipo consultor.
<b>Evaluación</b>	Recopilación de datos de seguimiento.	Equipo consultor.
	Análisis de resultados.	Equipo consultor.
	Validación con contratante.	Contratante.
<b>Seguimiento</b>	Implementación de recomendaciones.	Equipo consultor.
	Monitoreo de avance.	Equipo consultor.
	Evaluación de resultados.	Equipo consultor.
<b>Cierre</b>	Informe final de evaluación.	Equipo consultor.
	Presentación de resultados.	Equipo consultor.



## ► Anexo 7

### Bibliografía como uso de fuentes secundarias

#### Documentos electrónicos

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN); FORGAES.
Fecha de publicación	2006.
Título del documento	Estudio sobre el mercado potencial del reciclaje en El Salvador y directorio nacional de reciclaje.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/">https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/</a>

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	UES. Quintanilla Rivera, K Gerardo González Mejía, C F. Valle Torres, R E.
Fecha de publicación	2023.
Título del documento	Aplicación de la Economía Circular en la Industria del Plástico, un aporte al cumplimiento de los ODS en El Salvador, período 2010 - 2020.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/">https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/</a>

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Ariel Melamud, I. Bruera, J G. Rosemberg R.
Fecha de publicación	2016.
Título del documento	La Cadena de Valor del Software y Servicios Informáticos Especialización productiva y las prácticas de outsourcing y offshoring.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://unsam.edu.ar/escuelas/epyg/ideas/documentos/Sectores%20Productivos/Cadena%20de%20valor%20del%20software.pdf">https://unsam.edu.ar/escuelas/epyg/ideas/documentos/Sectores%20Productivos/Cadena%20de%20valor%20del%20software.pdf</a>

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Perez, R.P.
Fecha de publicación	2023.
Título del documento	Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/">https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/estudio-para-la-evaluacion-mercadologica-de-los-desechos-industriales/</a>

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Moreno D, Molina C, Romero. M
Fecha de publicación	Noviembre 2021.
Título del documento	Turismo con enfoque de género y cadena de valor en los países del Triángulo Norte de Centroamérica.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	Rimisp Plantilla Documento de Trabajo V4 (unwomen.org)

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	cidoc.ambiente.gob.sv
Fecha de publicación	2022.
Título del documento	sectores-de-alimentos-y-bebidas-conocen-sobre-las-oportunidades-de-exportacion-mediante-los-acuerdos-comerciales
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://www.economia.gob.sv/2022/12/sectores-de-alimentos-y-bebidas-conocen-sobre-las-oportunidades-de-exportacion-mediante-los-acuerdos-comerciales/">https://www.economia.gob.sv/2022/12/sectores-de-alimentos-y-bebidas-conocen-sobre-las-oportunidades-de-exportacion-mediante-los-acuerdos-comerciales/</a>

Autor Apellido e inicial(es) de los nombre(s)	www.economia.gob.sv
Fecha de publicación	2022.
Título del documento	plan-nacional-para-la-gestión-integral-de-residuos
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	<a href="https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/plan-nacional-para-la-gestion-integral-de-residuos/">https://cidoc.ambiente.gob.sv/documentos/plan-nacional-para-la-gestion-integral-de-residuos/</a>



Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Banco Central de Reserva.
Fecha de publicación	2023.
Título del documento	Boletín Estadístico Mensual.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	

Autor, apellido e inicial(es) de los nombre(s)	Universidad de El Salvador .
Fecha de publicación	2021.
Título del documento	Consultoría para la elaboración de un diagnóstico y propuesta de mejora a corto y mediano plazo para los servicios ofrecidos en Hotel Tolteka Plaza.
Fecha de consulta	2023.
Dirección URL - Universal Resource Locator	



Proyecto LibRES: “Por un El Salvador sin Violencia de Género”

