



UNIVERSIDAD EVANGÉLICA  
DE EL SALVADOR

# **2024**

# ***ANUARIO DE***

# **INVESTIGACIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS**  
**"LIC. MAURICIO ANTONIO BARRIENTOS MURCIA"**

## Universidad Evangélica de El Salvador

### Anuario de 2024

#### Autoridades UEES

Dra. Cristina Juárez de Amaya, Ph. D.  
*Rectora*

Dra. Mirna García de González  
*Vicerrectora Académica*

Dra. Nuvia Estrada de Velasco, Ph. D.  
*Vicerrectora de Investigación y Vinculación*

Ing. María de los Ángeles Mercado  
*Vicerrectora de Innovación y Tecnología Educativa*

Lic. Mario Isaac Parrillas  
*Gerente General*

Lic. César Augusto Meléndez  
*Director de Capellanía Universitaria*

Dra. Nadia María Menjívar Morán  
*Directora General de Gestión Estratégica Institucional*

#### Biblioteca

Licda. Rosa Mercedes Ramírez  
*Directora de Biblioteca*

Téc. Edgardo Salvador Torres  
*Preservación Digital*

#### Autoridades de Facultad

Mtra. Marelyn Pérez Fuentes  
*Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas*

Mtra. Ingrid Portillo  
*Coordinadora de carrera. Licenciatura en Relaciones Públicas con especialidad en Marketing*

Mtra. Laura Mineros  
*Coordinadora de carrera. Licenciatura en Administración de Empresas y Mercadotecnia*

Mtro. Felipe Padilla  
*Coordinador de investigación y Coordinador de anuario*

#### Dirección de Publicaciones

Mtra. Norma Hernández Escobar  
*Directora de Publicaciones*

Lic. Enrique Mejía Vásquez  
*Revisor Editorial*

Licda. Gabriela Lara Rivas  
*Diseñadora Editorial*



EDITORIAL



Año de publicación, 2025

## Contenido

|   |    |
|---|----|
| <b>Presentación</b>   | 5  |
| <b>Articulación de Investigación y Proyección Social en cátedra</b>   | 6  |
| Diagnóstico de potenciales emprendedores de Ciudad Victoria, Cabañas.   | 6  |
| <b>Taller de Investigación</b>  | 7  |
| Estudio del Impacto de la Facturación Electrónica en los Grandes Comercios “Gift Stores”, con Presencia en los Centros Comerciales de Los Municipios de San Salvador Centro Y La Libertad Este.   | 7  |
| Análisis De Estrategias De Marketing Turístico Implementadas por Escuelas de Surf En El Departamento De La Libertad.  | 8  |
| Estrategias Innovadoras De Comercialización Digital De Las Empresas De Repuestos Automotrices En San Salvador, Centro.  | 9  |
| Beneficios Organizacionales De Aplicar La Inclusión Laboral En Procesos De Selección De Personal En Empresas Privadas. Una Muestra De Éxito En Antiguo Cuscatlán.   | 10 |
| Análisis De Estrategias De Marketing Turístico Implementadas Por Escuelas De Surf En El Departamento De La Libertad.  | 11 |
| Diagnóstico Del Comportamiento Del Consumidor, Y El Uso De Herramientas De Inteligencia Artificial En Las Coffee Shops De Millenium Plaza.  | 12 |
| Análisis de Estrategias Martech utilizadas en restaurantes de comida rápida y su contribución en la mejora de la experiencia del cliente.   | 13 |
| Percepción De Los Usuarios Del Servicio De Telefonía Móvil Sobre El Uso De Chatbots Como Estrategia De Marketing En El Distrito De San Salvador.  | 14 |
| Estrategias De Innovación Digital Para El Posicionamiento De Marca De Empresas Panificadoras Del Distrito San Salvador Centro.  | 15 |
| Análisis de la integración de las nuevas tendencias de Relaciones Públicas, Marketing e Inteligencia Artificial en instituciones de educación superior: Universidad Evangélica de El Salvador; Universidad Dr. José Matías Delgado y Universidad Francisco Gavidia. | 16 |
| Beneficios De La Inteligencia Artificial Aplicada En Estrategias De Marketing Digital, Para El Posicionamiento De Emprendimientos De Comida Ubicados En El Municipio De La Libertad Sur, Distrito De Santa Tecla.   | 17 |
| El Marketing Digital Y Su Impacto En El Posicionamiento De Marca De Emprendedores Artesanos De Chalatenango.  | 18 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Certamen de Investigación Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.</b>  | 19 |
| Anteproyecto Modelo de negocio “Find my Gas”.  | 19 |
| Anteproyecto Modelo de Inserción Laboral con Personas en condición de Migración Irregular.   | 20 |
| <b>Investigación en cátedra de metodología de investigación.</b>   | 21 |
| Brechas de implementación en emprendimientos.  | 21 |
| Factores de deserción escolar.   | 22 |
| <b>Técnicos, proyectos de investigación e innovación</b>   | 23 |
| Dinámicas de desarrollo territorial, un diagnóstico desde el área natural protegida volcán de San Salvador.  | 23 |
| Adopción de los negocios digitales ( E-Business) en la gestión de empresas en El Salvador: un enfoque en la contribución a la competitividad y sostenibilidad del negocio. | 24 |
| <b>Estudio de caso de cátedra o docentes</b>   | 25 |
| Factores claves en la vinculación inicial con el sector laboral en jóvenes de 18 a 25 años del área metropolitana de San Salvador 2024.                                    | 25 |
| Diagnóstico Integral De Las Necesidades De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Departamento De San Salvador, En Aspectos Económicos Y De Capacidades Empresariales.          | 26 |
| La sostenibilidad de las micro y pequeña empresa salvadoreñas a partir de las estructuras de financiamiento existentes en la banca salvadoreña.                            | 27 |
| Estado del Emprendimiento en El Salvador.  | 28 |

## Presentación

El Anuario de Investigación 2024 de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas de la Universidad Evangélica de El Salvador presenta una recopilación de los principales trabajos de investigación desarrollados durante el año académico. Esta publicación refleja el compromiso de la Facultad con la generación de conocimiento aplicado, la innovación académica y la contribución activa al desarrollo económico y social del país.

En este anuario se recogen investigaciones realizadas por estudiantes, docentes e investigadores en diversas áreas como emprendimiento, marketing digital, sostenibilidad empresarial, responsabilidad social, empleabilidad juvenil y desarrollo territorial, entre otras. Los trabajos se han desarrollado bajo metodologías rigurosas, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos, lo que garantiza la calidad académica de los hallazgos presentados.

Cada estudio evidencia el esfuerzo por articular la investigación académica con la proyección social, fortaleciendo el vínculo universidad-sociedad y proponiendo soluciones a desafíos reales que enfrenta el sector productivo y la comunidad. Asimismo, se destaca la participación activa de los estudiantes en proyectos de investigación formativa, talleres de investigación, certámenes científicos y estudios de caso, fortaleciendo su perfil profesional y su compromiso ético con el entorno.

El Anuario de Investigación 2024 es, además, un testimonio del crecimiento institucional de la Facultad en el área investigativa, reafirmando su visión de formar profesionales críticos, innovadores y comprometidos con el desarrollo sostenible de El Salvador y la región.

**Mtra. Marelyn Fuentes**

Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

## Articulación de Investigación y Proyección Social en cátedra

**Nombre:** Proyecto Transforma Cabaña.

**Título:** “Diagnóstico de potenciales emprendedores de Ciudad Victoria, Cabañas.”

**Autores:** Mtra. Ana Montes.

**Resumen:**

### Introducción

El diagnóstico de potenciales emprendedores en Ciudad Victoria, Cabañas, surge como una iniciativa para identificar oportunidades y desafíos en el impulso económico local. A través del proyecto “Transforma Cabañas”, liderado por la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, se buscó comprender las características de los emprendedores y sus necesidades para fortalecer el ecosistema empresarial en la zona.

### Metodología

La investigación aplicó un enfoque mixto, utilizando encuestas casa por casa y revisión documental. Se trabajó con una muestra de 13 habitantes de seis cantones del municipio. El instrumento utilizado fue una cédula de encuesta diseñada específicamente para captar información sobre ideas de negocio, estado de emprendimientos y necesidades formativas.

### Resultados

El 100% de los encuestados manifestó tener una idea de negocio, predominando la crianza de cabras y venta de leche. Los principales obstáculos identificados fueron la falta de financiamiento, espacios de comercialización reducidos y ausencia de redes de apoyo. La mayoría de los negocios se ubica en el sector de comercio y agricultura, y pocos cuentan con formalización o acceso a capital semilla.

### Discusión

Los resultados evidencian que, pese a la voluntad emprendedora, los habitantes enfrentan limitaciones estructurales que restringen el crecimiento de sus negocios. Se destaca la necesidad de reforzar el acceso a financiamiento, espacios de comercialización y programas de capacitación técnica. Además, se resalta el impacto positivo de proyectos comunitarios como "Transforma Cabañas", aunque es urgente una mayor articulación institucional para potenciar los emprendimientos locales.

## Taller de Investigación

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Estudio Del Impacto De La Facturación Electrónica En Los Grandes Comercios “Gift Stores”, Con Presencia En Los Centros Comerciales De Los Municipios De San Salvador Centro Y La Libertad Este.”

**Autores:** Hernández Sandoval Elías Alejandro, Méndez Mayora Josué Miguel, Romero Monterrosa Douglas Ernesto.

**Asesor:** Lic. Carlos Abrego.

**Resumen:**

### Introducción

La investigación analizó el impacto de la implementación de la facturación electrónica en los grandes comercios “Gift Stores” ubicados en centros comerciales de San Salvador Centro y La Libertad Este. El estudio responde a la nueva normativa impulsada por el Ministerio de Hacienda para modernizar los procesos tributarios, enfocándose en conocer el grado de adopción, las principales dificultades y los beneficios percibidos por estas empresas en su transición hacia la facturación electrónica.

### Metodología

Se utilizó un enfoque cualitativo con técnica de censo, abarcando cuatro grandes comercios del rubro “Gift Store”. Se aplicaron encuestas directas a representantes de las empresas utilizando formularios en línea para recopilar la información. La investigación se apoyó en instrumentos diseñados para medir el impacto en cumplimiento fiscal, reducción de costos operativos y optimización de procesos administrativos.

### Resultados

Los resultados evidenciaron que la mayoría de los comercios había iniciado la implementación de la facturación electrónica, señalando beneficios en eficiencia operativa y reducción de costos de impresión. Sin embargo, también se identificaron desafíos como la falta de capacitación técnica, resistencia al cambio organizacional y limitaciones en infraestructura tecnológica, que obstaculizan la adopción plena del nuevo sistema.

### Discusión

La facturación electrónica ha representado un avance significativo en términos de transparencia y optimización tributaria para las empresas analizadas. No obstante, el proceso de implementación requiere acompañamiento institucional continuo, capacitación adecuada y estrategias que mitiguen la resistencia al cambio. La transformación digital tributaria, aunque beneficiosa, plantea nuevos retos para la sostenibilidad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el entorno comercial.

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Análisis De Estrategias De Marketing Turístico Implementadas Por Escuelas De Surf En El Departamento De La Libertad.”

**Autores:** Amanda María Olivares Canales, Mariella Eugenia Luna-Boza Orantes, Mónica Andrea Hurtado López.

**Asesor:** Lic. Carlos Abrego.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza las estrategias de marketing turístico implementadas por las escuelas de surf en Surf City, La Libertad, El Salvador, en el contexto del crecimiento turístico nacional. El objetivo es entender cómo estas estrategias impactan la atracción y fidelización de clientes, contribuyendo al posicionamiento de la zona como destino turístico de surf y al desarrollo económico y social del país.

### **Metodología**

Se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se aplicaron encuestas estructuradas a administradores de escuelas de surf y observaciones de campo. El análisis consideró variables como presencia en redes sociales, alianzas estratégicas, segmentación de mercado y marketing de contenidos, evaluando la efectividad de cada táctica en la captación de turistas.

### **Resultados**

Los resultados indican que la mayoría de las escuelas implementan estrategias digitales, alianzas con negocios locales y participación en eventos turísticos. Las redes sociales se posicionan como el principal canal de captación de clientes. Asimismo, se identificaron oportunidades de mejora en la diversificación de productos turísticos y en el fortalecimiento de programas de fidelización para surfistas nacionales e internacionales.

### **Discusión**

Las estrategias actuales han fortalecido la imagen de Surf City como destino de surf, pero aún existen desafíos para lograr una diferenciación sostenible. Se recomienda una mayor integración de prácticas de marketing digital avanzado, el fortalecimiento de alianzas público-privadas, y un enfoque más marcado en la preservación cultural y ambiental como parte de la propuesta de valor de las escuelas de surf.

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Estrategias Innovadoras De Comercialización Digital De Las Empresas De Repuestos Automotrices En San Salvador, Centro.”

**Autores:** Bonilla Bonilla, Yanci Del Carmen, Chedraui Zaldaña, Eduardo Tannús, Treminio Sanchez, Freddy Ernesto.

**Asesor:** Mtro. Katherine Zelaya.

## Resumen

### Introducción

La investigación analiza el impacto de las estrategias innovadoras de comercialización digital en empresas de repuestos automotrices en San Salvador Centro. Se enfoca en cómo la adopción de plataformas digitales fortalece la competitividad, incrementa ventas y mejora la visibilidad de marca, en respuesta a los cambios de consumo impulsados por la transformación tecnológica y la pandemia de COVID-19.

### Metodología

El estudio aplicó un enfoque cualitativo y descriptivo, utilizando entrevistas semiestructuradas, diarios de campo y revisión documental. Se trabajó con una muestra de seis empresas PYME del sector automotriz, seleccionadas mediante muestreo por conveniencia. El análisis abordó variables como innovación, adaptación tecnológica y competitividad en el entorno digital.

### Resultados

Los resultados evidenciaron que las empresas que implementaron estrategias de comercialización digital lograron una mayor presencia en redes sociales y mejoraron sus métodos de pago y servicios en línea. No obstante, se identificaron desafíos como déficit de uso de tecnologías, desinformación y limitada inversión en publicidad digital, afectando la competitividad de algunas empresas.

### Discusión

La investigación destaca que la adopción de estrategias digitales resulta crucial para la supervivencia y crecimiento de las PYME automotrices. Aunque existe un avance, persisten brechas tecnológicas y estructurales que deben ser superadas mediante inversiones en infraestructura digital, capacitación y un enfoque estratégico en marketing online para consolidar su posicionamiento en un mercado cada vez más competitivo.

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Beneficios Organizacionales De Aplicar La Inclusión Laboral En Procesos De Selección De Personal En Empresas Privadas. Una Muestra De Éxito En Antiguo Cuscatlán.”

**Autores:** Ambar Fiorella Hernández Trujillo, Josué Francisco López Ventura, Patricia Carolina Miranda De Echegoyen.

**Asesor:** Licda. Rhina Rico.

**Resumen:**

### **Introducción**

El estudio analiza los beneficios organizacionales de aplicar la inclusión laboral en procesos de selección de personal en empresas privadas de Antiguo Cuscatlán, El Salvador. El propósito fue identificar cómo la integración de grupos tradicionalmente marginados impacta la dinámica organizacional, la innovación, el clima laboral y la retención de talento, en el marco de políticas nacionales e internacionales de inclusión.

### **Metodología**

Se empleó un enfoque cuantitativo con técnicas complementarias cualitativas. La investigación utilizó encuestas estructuradas, entrevistas semiestructuradas y guías de observación aplicadas a medianas y grandes empresas ubicadas en Antiguo Cuscatlán. El muestreo fue probabilístico, calculando tamaños de muestra independientes para ambos tipos de empresas, utilizando análisis descriptivos para interpretar los datos recolectados.

### **Resultados**

Los resultados muestran que más del 60% de las empresas encuestadas reportan mejoras en diversidad de talentos, imagen corporativa y retención de personal gracias a la inclusión laboral. Asimismo, se identificaron obstáculos importantes, como resistencia al cambio y falta de conocimiento sobre las normativas de inclusión, especialmente en las fases de implementación de procesos inclusivos.

### **Discusión**

La investigación concluye que la inclusión laboral ofrece beneficios significativos para las organizaciones en términos de desempeño y reputación, aunque su efectividad depende de la capacitación continua, compromiso gerencial y políticas claras de diversidad. Se enfatiza la necesidad de estrategias integrales que acompañen la implementación para maximizar los beneficios organizacionales de las prácticas inclusivas.

**Nombre de carrera:** Lic. En Mercadotecnia.

**Título:** “Análisis De Estrategias De Marketing Turístico Implementadas Por Escuelas De Surf En El Departamento De La Libertad.”

**Autores:** Amanda María Olivares Canales, Mariella Eugenia Luna-Boza Orantes, Mónica Andrea Hurtado López.

**Asesor:** Lic. Cristian Iraheta.

#### **Resumen:**

#### **Introducción**

La investigación analiza las estrategias de marketing turístico implementadas por las escuelas de surf en el circuito Surf City, La Libertad, El Salvador. El objetivo principal fue identificar cómo estas estrategias impactan en la atracción y retención de clientes, así como en el desarrollo económico de la zona, en el marco de un crecimiento significativo del turismo local e internacional.

#### **Metodología**

Se empleó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se realizaron encuestas a administradores de escuelas de surf y observaciones de campo, complementadas con análisis de contenido. Se abordaron variables como marketing digital, alianzas estratégicas, segmentación de mercado y percepción de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.

#### **Resultados**

Los resultados mostraron que las escuelas de surf utilizan predominantemente estrategias digitales y alianzas locales para atraer turistas. Se observó una mejora en el posicionamiento de la zona, aunque también se identificaron áreas de oportunidad como el fortalecimiento de programas de fidelización, innovación en servicios complementarios y optimización del marketing de contenidos.

#### **Discusión**

El marketing turístico ha impulsado el crecimiento de Surf City, convirtiéndolo en un referente regional en turismo de surf. Sin embargo, es necesario un enfoque estratégico más robusto para garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico. La inversión en infraestructura, la capacitación constante y la integración de prácticas de turismo responsable emergen como factores clave para consolidar el posicionamiento a largo plazo.

**Título: “Diagnóstico Del Comportamiento Del Consumidor, Y El Uso De Herramientas De Inteligencia Artificial En Las Coffee Shops De Millenium Plaza.”**

**Autores:** Mayra Alejandra Salinas Yanes, Kenia Saraí Castro Ortiz, Juan Pablo Valencia Rivera.

**Asesor:** Mtro. Claudio Méndez.

**Resumen:****Introducción**

El estudio analiza el diagnóstico del comportamiento del consumidor y el uso de herramientas de inteligencia artificial en las coffee shops de Millenium Plaza, San Salvador. En un entorno cada vez más competitivo, se busca comprender cómo la integración de la IA puede optimizar las estrategias de marketing y fortalecer la fidelización y captación de clientes, en el marco de una economía digital en expansión.

**Metodología**

La investigación empleó un enfoque mixto. Se aplicaron encuestas a consumidores y coffee shops, complementadas con observación participante. Se estudiaron variables como factores de compra, satisfacción del cliente, uso de herramientas digitales y estrategias de marketing, utilizando análisis descriptivos para interpretar las tendencias y patrones emergentes.

**Resultados**

Los hallazgos indican que la calidad del producto y la rapidez del servicio son factores decisivos en la preferencia de los consumidores. Las promociones y descuentos también influyen, aunque en menor medida. Respecto al uso de IA, aunque las coffee shops reconocen su importancia, su adopción es aún incipiente, enfocándose principalmente en promociones digitales y programas de fidelización simples.

**Discusión**

La integración de herramientas de IA ofrece oportunidades sustanciales para mejorar la personalización, optimizar procesos y anticipar comportamientos de consumo. Sin embargo, el estudio evidencia una necesidad urgente de fortalecer las capacidades tecnológicas y diversificar las estrategias de marketing digital para lograr una ventaja competitiva sostenible en un mercado cada vez más exigente.

**Título:** “Análisis de Estrategias Martech utilizadas en restaurantes de comida rápida y su contribución en la mejora de la experiencia del cliente.”

**Autores:** Juan Carlos Diaz Donado, Ivan Alexander Figueroa Ventura, Catherine Alexandra Lozano Ramírez.

**Asesor:** Ing. Gerardo Villalta.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza las estrategias de Marketing Tecnológico (Martech) implementadas en restaurantes de comida rápida en San Salvador Centro y su contribución a la mejora de la experiencia del cliente. Se explora cómo las herramientas digitales transforman la interacción con los consumidores, optimizan procesos y fortalecen la lealtad de marca en un entorno de alta competitividad y cambio tecnológico acelerado.

### **Metodología**

Se aplicó un enfoque mixto, utilizando encuestas a 387 clientes de restaurantes de comida rápida. La recolección de datos se basó en un cuestionario estructurado, con escalas Likert y preguntas cerradas, para analizar variables como satisfacción, uso de aplicaciones móviles, participación en programas de fidelización y percepción sobre estrategias de marketing digital.

### **Resultados**

Los resultados evidenciaron que el 68% de los encuestados utiliza aplicaciones móviles para pedidos, valorando positivamente la facilidad de uso y conveniencia. Sin embargo, los programas de fidelización muestran baja participación y atractivo. La calidad del producto, promociones y eficiencia en la entrega fueron los factores más relevantes en la experiencia del cliente, destacándose la importancia de estrategias personalizadas y tecnología accesible.

### **Discusión**

La adopción de Martech genera beneficios claros en términos de satisfacción y eficiencia operativa, aunque se requiere fortalecer programas de fidelización y optimizar estrategias de comunicación digital. La personalización, la innovación tecnológica y el uso inteligente de datos emergen como claves para consolidar la competitividad y sostenibilidad de los restaurantes de comida rápida en un mercado cada vez más exigente.

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

**Título:** “Percepción De Los Usuarios Del Servicio De Telefonía Móvil Sobre El Uso De Chatbots Como Estrategia De Marketing En El Distrito De San Salvador.”

**Autores:** Luis Fernando Paz Salmeron, Heraldo Stephan Sosa Abarca, Daniel Ernesto Ocampo García.

**Asesor:** Mtro. Daniel Echevoyen.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza la percepción de los usuarios de telefonía móvil sobre el uso de chatbots como estrategia de marketing conversacional en el distrito de San Salvador. Se enfoca en cómo la digitalización acelerada por la pandemia ha transformado la interacción empresa-cliente, identificando los factores que influyen en la aceptación o rechazo de esta tecnología en el sector de telecomunicaciones.

### **Metodología**

Se realizó un estudio descriptivo y cuantitativo, aplicando encuestas a 192 usuarios de servicios de telefonía móvil residentes en el distrito de San Salvador. Se utilizaron cuestionarios estructurados para medir variables como satisfacción, confianza, facilidad de uso y percepción de eficacia de los chatbots. El análisis incluyó técnicas estadísticas descriptivas para identificar patrones y tendencias.

### **Resultados**

Los hallazgos indican que, aunque el 78% de los usuarios ha utilizado chatbots, el 65% reportó experiencias negativas. Un 60% manifestó desconfianza al brindar datos personales a agentes virtuales, y un 89% prefirió la atención de un ejecutivo humano. A pesar de reconocer beneficios como rapidez y conveniencia, la falta de personalización y la limitada resolución de conflictos siguen siendo barreras críticas para su aceptación plena.

### **Discusión**

Los resultados evidencian que la aceptación de chatbots depende de la mejora en personalización, empatía y resolución efectiva de consultas. La resistencia de los usuarios está ligada a experiencias negativas previas y a la percepción de interacciones impersonales. Para consolidar esta tecnología como una herramienta efectiva de marketing, se requiere un rediseño de las estrategias de implementación basadas en la experiencia del cliente.

**Título: “Estrategias De Innovación Digital Para El Posicionamiento De Marca De Empresas Panificadoras Del Distrito San Salvador Centro.”**

**Autores:** Pérez Fuentes Erick Jhefferson, Ruano Menjívar Carla Beatriz, Vásquez Alas Carlos.

**Asesor:** Mtra. Katherine Zelaya .

**Resumen:****Introducción**

La investigación analiza las estrategias de innovación digital aplicadas para fortalecer el posicionamiento de marca en empresas panificadoras del distrito de San Salvador Centro. El estudio surge ante la necesidad de mejorar la competitividad y fidelización de clientes, mediante el aprovechamiento de herramientas digitales, en un contexto de transformación tecnológica creciente dentro del sector MYPE salvadoreño.

**Metodología**

Se utilizó un enfoque cualitativo, basado en entrevistas semiestructuradas a gerentes de panaderías, observaciones directas y análisis de plataformas digitales. La información fue procesada mediante esquemas de categorización y codificación, apoyándose en el software QDA Miner para organizar los datos en torno a variables como marketing digital, competitividad, innovación y posicionamiento de marca.

**Resultados**

Las panaderías analizadas muestran esfuerzos incipientes en presencia digital, limitados principalmente a redes sociales como Facebook y WhatsApp. Se evidencian carencias en innovación tecnológica, procesos administrativos y estrategias de marketing. Sin embargo, las panaderías que implementaron acciones básicas en redes sociales reportan mayor interacción con clientes y fortalecimiento de su identidad de marca.

**Discusión**

Aunque existe un reconocimiento de la importancia del marketing digital, la adopción de estrategias de innovación sigue siendo limitada por falta de conocimiento y recursos. El estudio resalta la necesidad de capacitación en herramientas digitales, optimización de campañas publicitarias y desarrollo de plataformas de e-commerce para alcanzar un posicionamiento sostenible y competitivo en el mercado.

**Título: “Análisis de la integración de las nuevas tendencias de Relaciones Públicas, Marketing e Inteligencia Artificial en instituciones de educación superior: Universidad Evangélica de El Salvador; Universidad Dr. José Matías Delgado y Universidad Francisco Gavidia.”**

**Autores:** Brandon Steven Hernández Ramos, Alan Rodrigo Tobar Velásquez.

**Asesor:** Licda. Patricia Arriaza.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza la integración de nuevas tendencias de Relaciones Públicas, Marketing e Inteligencia Artificial en tres universidades salvadoreñas: Universidad Evangélica de El Salvador, Universidad Dr. José Matías Delgado y Universidad Francisco Gavidia. El objetivo es identificar el nivel de adopción de estas herramientas y su impacto en la comunicación institucional, el posicionamiento y la innovación educativa, en un contexto de transformación tecnológica global.

### **Metodología**

Se empleó un enfoque cualitativo a través de estudios de caso, entrevistas semiestructuradas a directivos, análisis de planes de estudio, publicaciones institucionales y focus groups con estudiantes. La muestra incluyó coordinadores académicos y alumnos de carreras relacionadas con comunicaciones, marketing y tecnología. El análisis se desarrolló de manera descriptiva e interpretativa, complementado con análisis documental.

### **Resultados**

Los resultados indican un avance significativo en la integración de marketing digital, redes sociales e iniciativas de inteligencia artificial en las universidades analizadas. La UEES y la UFG destacan en la implementación de chatbots y estrategias digitales, mientras que la UJMD presenta una integración más incipiente en IA. Se identificaron desafíos en infraestructura tecnológica, capacitación docente y resistencia al cambio organizacional.

### **Discusión**

La incorporación de nuevas tendencias en comunicación y marketing es clave para la competitividad de las universidades salvadoreñas. Sin embargo, para lograr una transformación efectiva se requiere fortalecer la capacitación tecnológica, actualizar los programas académicos y promover una cultura organizacional abierta a la innovación. La IA emerge como una herramienta estratégica para personalizar la experiencia educativa y optimizar procesos administrativos.

**Título:** “Beneficios De La Inteligencia Artificial Aplicada En Estrategias De Marketing Digital, Para El Posicionamiento De Emprendimientos De Comida Ubicados En El Municipio De La Libertad Sur, Distrito De Santa Tecla.”

**Autores:** Brandon Steven Hernández Ramos, Alan Rodrigo Tobar Velásquez.

**Asesor:** Licda. Helen Genovés.

**Resumen:**

### **Introducción**

El estudio analiza los beneficios de aplicar inteligencia artificial (IA) en estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de emprendimientos de comida en La Libertad Sur, Santa Tecla. En un contexto de limitaciones financieras y falta de personal especializado, se plantea que la IA puede ser un catalizador para fortalecer la visibilidad, competitividad y crecimiento sostenible de estos negocios locales.

### **Metodología**

Se utilizó un enfoque exploratorio con metodología cualitativa. Se realizaron entrevistas estructuradas a 27 emprendimientos y clientes de la zona, aplicando técnicas de triangulación para validar los datos. Los instrumentos incluyeron cuestionarios administrados presencialmente y a través de plataformas digitales, permitiendo un análisis detallado de las estrategias de marketing utilizadas y su relación con el uso de IA.

### **Resultados**

Los resultados muestran que la mayoría de los emprendimientos utiliza redes sociales de manera básica, con apoyo familiar o empírico, para generar contenido, promocionar productos y fomentar la confianza. Aunque reconocen la importancia de estrategias digitales, la adopción de inteligencia artificial aún es incipiente. Se identificaron beneficios potenciales en personalización, optimización de recursos y fidelización de clientes.

### **Discusión**

La investigación concluye que, aunque los emprendimientos de comida en La Libertad Sur han comenzado a incursionar en el marketing digital, el aprovechamiento de la inteligencia artificial sigue siendo limitado. Se recomienda fortalecer la capacitación en herramientas digitales, diseñar estrategias personalizadas basadas en IA, y fomentar una cultura de innovación para lograr un posicionamiento más competitivo y sostenible.

**Título:** “El Marketing Digital Y Su Impacto En El Posicionamiento De Marca De Emprendedores Artesanos De Chalatenango.”

**Autores:** Katherine Abigail Franco Alvarenga, Marcela Mariana Mejía Romero.

**Asesor:** Lic. Wilmer Rivera.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza el impacto del marketing digital en el posicionamiento de marca de los emprendedores artesanos de La Palma, Chalatenango. Frente a los desafíos de visibilidad en mercados digitales, el estudio busca identificar cómo las herramientas digitales contribuyen a mejorar el reconocimiento, la competitividad y la sostenibilidad de estos negocios en un entorno globalizado y altamente competitivo.

### **Metodología**

Se utilizó un enfoque descriptivo cuantitativo, basado en encuestas a 44 emprendedores artesanos del distrito de La Palma, de ambos sexos y con edades entre 25 y 50 años. La recolección de datos se realizó a través de cuestionarios digitales, abordando variables como el uso de redes sociales, mensajería instantánea, sitio web, y estrategias de marketing digital, con análisis estadístico descriptivo y pruebas de hipótesis.

### **Resultados**

Los resultados indican que la mayoría de los artesanos reconoce el impacto positivo del marketing digital en la visibilidad y posicionamiento de sus marcas. WhatsApp y Facebook son las plataformas más utilizadas, aunque existe un bajo nivel de adopción de sitios web o blogs. Las hipótesis planteadas fueron aceptadas, evidenciando que las estrategias digitales fortalecen el reconocimiento, la interacción con clientes y el crecimiento de seguidores.

### **Discusión**

El marketing digital representa una herramienta esencial para los emprendedores artesanos de Chalatenango, permitiéndoles expandir su mercado y mejorar su posicionamiento. Sin embargo, persisten desafíos en capacitación digital, gestión de contenido de calidad y aprovechamiento de plataformas más avanzadas. La adopción estratégica de herramientas digitales es fundamental para consolidar la presencia y competitividad de los emprendedores en el mercado actual.

## Certamen de Investigación Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.

**Nombre de carrera:** Téc. En Marketing Digital.

**Título:** Anteproyecto Modelo de negocio “Find my Gas”.

**Nombre de cátedra:** Expresión Oral y Escrita.

**Autores:** Aguirre Ramírez, Cesia Jemima, Morales de Madrid, María Gabriela, Sánchez Puentes, Elías Esteban.

**Docente:** Mtro. Felipe Padilla.

### Resumen:

#### Introducción

El proyecto "FIND MY GAS" surge como una solución innovadora para ayudar a los conductores a encontrar estaciones de servicio con los precios más bajos en tiempo real en la zona metropolitana de San Salvador. La aplicación pretende generar ahorro económico, optimizar el consumo de combustible y fomentar prácticas más eficientes y sostenibles entre los automovilistas salvadoreños.

#### Metodología

Se realizó un estudio de factibilidad que abarcó el análisis técnico, comercial, financiero, económico y de mercado. El enfoque fue descriptivo, orientado a evaluar la necesidad del mercado, la viabilidad tecnológica de una aplicación móvil multiplataforma, y la disposición de los consumidores a utilizar una herramienta digital que centralice precios de combustible, promociones y ubicación de gasolineras.

#### Resultados

Los resultados mostraron alta viabilidad en todos los aspectos analizados. Se evidenció una necesidad creciente de soluciones digitales que permitan a los usuarios ahorrar en combustible, en un contexto de aumento del parque vehicular y precios variables. Se concluyó que la aplicación tiene un alto potencial de adopción, principalmente en la zona urbana, gracias a la comodidad, ahorro económico y facilidad de uso que ofrece.

#### Discusión

"FIND MY GAS" representa una oportunidad estratégica para transformar la experiencia de consumo de combustible en El Salvador. Su implementación no solo beneficiaría a los conductores en términos de ahorro, sino que también promovería una mayor eficiencia energética. El éxito de la aplicación dependerá de estrategias de marketing digital efectivas, alianzas con estaciones de servicio y la mejora continua de la funcionalidad basada en retroalimentación de usuarios.

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

**Título:** “Anteproyecto Modelo de Inserción Laboral con Personas en condición de Migración Irregular.”

**Nombre de cátedra:** Desarrollo del Talento Humano.

**Autores:** Ávila Alas Alma Alejandra Tejada Mendoza Adriana Nicole.

**Docente:** Mtro. Felipe Padilla.

#### Resumen:

##### Introducción

El anteproyecto plantea una estrategia de inserción laboral para personas salvadoreñas retornadas, quienes enfrentan dificultades para integrarse al sector formal debido a la discriminación, falta de certificaciones y estigmatización social. La propuesta surge como respuesta a la necesidad de generar condiciones dignas que favorezcan la retención del talento y reduzcan los índices de re-emigración en el país.

##### Metodología

Se adoptó un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas mediante encuestas y cualitativas a través de entrevistas y grupos focales. La investigación-acción fue la base metodológica, realizando un estudio documental sobre modelos de certificación de competencias y programas de inserción laboral como “Nuevas Oportunidades” de Swisscontact, para fundamentar y diseñar los módulos de formación.

##### Resultados

Se diseñó una propuesta de capacitación estructurada en cinco módulos: habilidades para la vida, preparación laboral, gestión financiera, informática básica y habilidades técnicas certificadas. Además, se prevé el establecimiento de alianzas estratégicas con empresas del sector formal para garantizar la contratación de los migrantes retornados capacitados. La meta es lograr un 85% de inserción efectiva.

##### Discusión

El anteproyecto evidencia que la formación integral y la certificación de competencias fortalecen significativamente las posibilidades de inserción laboral de migrantes retornados. Asimismo, se destaca la importancia de promover políticas inclusivas, estrategias de acompañamiento psicosocial y convenios interinstitucionales para facilitar una reintegración económica y social sostenible, contribuyendo así al desarrollo del país.

## Investigación en cátedra de metodología de investigación.

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Brechas de implementación en emprendimientos.”

**Nombre de cátedra:** Metodología de la Investigación II.

**Docente:** Mtra. Rebeca Zacarías.

### Resumen:

#### Introducción

El emprendimiento es reconocido como motor de crecimiento económico y transformación social; sin embargo, la implementación efectiva de modelos de negocio sostenibles sigue siendo un desafío en América Latina y El Salvador. La falta de conocimiento especializado, el acceso limitado a financiamiento verde y la ausencia de estrategias de sostenibilidad a largo plazo dificultan la consolidación de emprendimientos resilientes. Este anteproyecto busca analizar las principales brechas que enfrentan los emprendedores en la adopción de prácticas sostenibles en sus modelos de negocio, contribuyendo al fortalecimiento de estrategias más responsables y competitivas.

#### Metodología

Se propone un enfoque mixto, utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas. Se aplicarán encuestas a una muestra de emprendedores de zonas urbanas y semiurbanas para medir conocimientos, prácticas y limitaciones en sostenibilidad. Además, se realizarán entrevistas semiestructuradas a expertos en emprendimiento y desarrollo sostenible. El análisis de los datos cuantitativos se realizará mediante estadística descriptiva, mientras que las entrevistas serán codificadas bajo análisis temático para identificar patrones comunes y diferencias clave.

#### Resultados

Se prevé identificar las principales barreras que impiden la implementación de modelos de negocios sostenibles, tales como escaso acceso a recursos financieros verdes, desconocimiento de prácticas sostenibles y limitada formación empresarial. Asimismo, se espera caracterizar el perfil de los emprendedores en cuanto a su nivel educativo, experiencia previa y estrategias adoptadas, permitiendo visualizar áreas de intervención prioritaria para fortalecer el ecosistema emprendedor.

#### Discusión

La sostenibilidad representa una oportunidad estratégica para los emprendimientos, pero requiere cambios estructurales en la cultura empresarial. Integrar prácticas sostenibles no solo incrementa la resiliencia de los negocios, sino que también mejora su competitividad a largo plazo. La investigación evidenciará la necesidad de impulsar programas de formación, acceso a financiamiento verde y políticas públicas que incentiven el emprendimiento sostenible en contextos locales.

**Nombre de carrera:** Lic. En Administración de Empresas.

**Título:** “Factores de deserción escolar.”

**Nombre de cátedra:** Metodología de la Investigación.

**Docente:** Mtro. Milton Martínez.

#### **Resumen:**

##### **Introducción**

La deserción escolar es un fenómeno complejo que impacta negativamente el desarrollo individual y social, afectando particularmente a sistemas educativos en contextos de vulnerabilidad. Diversos estudios señalan que, además de factores socioeconómicos, el propio modelo educativo puede potenciar la deserción al no adaptarse a las necesidades, ritmos y realidades de los estudiantes. Este anteproyecto busca analizar cómo ciertas características del modelo educativo actual contribuyen a la deserción, con el fin de proponer estrategias de prevención basadas en una educación más flexible, inclusiva y pertinente.

##### **Metodología**

La investigación utilizará un enfoque mixto. Se aplicarán encuestas a estudiantes desertores de educación media, combinadas con entrevistas semiestructuradas a docentes y directores. El instrumento cuantitativo recogerá datos sobre causas de abandono escolar, mientras que el cualitativo profundizará en la percepción de la rigidez curricular, metodologías de enseñanza y evaluación. El análisis de datos incluirá estadísticas descriptivas y categorización temática para interpretar las respuestas obtenidas.

##### **Resultados esperados**

Se espera identificar que los principales factores potenciados por el modelo educativo son la rigidez curricular, la falta de pertinencia de contenidos, metodologías tradicionales poco motivadoras y escasa atención a la diversidad. Además, se anticipa encontrar una correlación significativa entre los métodos de evaluación estandarizados y el abandono escolar temprano, particularmente en contextos de alta vulnerabilidad social y económica.

##### **Discusión**

La investigación permitirá reflexionar sobre la necesidad de transformar el modelo educativo hacia uno más inclusivo, flexible y adaptativo. Entender la deserción como un fenómeno también estructural obliga a repensar los sistemas de enseñanza, evaluación y retención escolar, orientando las políticas públicas y las prácticas institucionales hacia el logro de trayectorias educativas más sostenibles, equitativas y significativas para todos los estudiantes.

## Técnicos, proyectos de investigación e innovación

**Título:** “Dinámicas de desarrollo territorial, un diagnóstico desde el área natural protegida volcán de San Salvador.”

**Autores:** Mtra. Marelyn Fuentes, Mtro. Felipe Padilla, Mtro. Miguel Martínez.

### Resumen:

#### Introducción

La investigación plantea un diagnóstico de las dinámicas de desarrollo territorial en el Área Natural Protegida Cráter del Volcán de San Salvador y su zona de influencia. Reconoce el valor estratégico de los ecosistemas, el desarrollo sostenible y la necesidad de gestionar las áreas protegidas de forma integrada, considerando aspectos económicos, sociales, culturales, ambientales y políticos, frente al crecimiento urbano y los riesgos naturales.

#### Metodología

Se adopta un enfoque de investigación mixto, con predominancia cualitativa. Se utilizarán encuestas y entrevistas semiestructuradas para identificar y analizar las interacciones entre actores territoriales: comunidades, empresas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales. El análisis combinará técnicas cuantitativas (SPSS) y cualitativas (MAXQDA), bajo una estructura metodológica basada en las dimensiones del desarrollo territorial.

#### Resultados

Se espera mapear actores clave, identificar dinámicas de interacción en el territorio y describir cómo las relaciones de poder, la gestión de recursos y las prácticas institucionales impactan en el desarrollo sostenible. El trabajo de campo se organiza en dos fases: elaboración de instrumentos y reconocimiento de actores en 2024, y levantamiento de datos y diagnóstico completo en 2025, culminando en la publicación de un artículo científico.

#### Discusión

El proyecto resalta que la conservación de áreas naturales protegidas y el desarrollo territorial deben gestionarse de manera interrelacionada. Se propone que la Universidad Evangélica de El Salvador se convierta en un actor clave en la creación de un observatorio de dinámicas territoriales, contribuyendo a políticas de desarrollo sostenible más inclusivas, basadas en un enfoque multidimensional e intercultural.

**Título:** “Adopción de los negocios digitales (E-Business) en la gestión de empresas en El Salvador: un enfoque en la contribución a la competitividad y sostenibilidad del negocio.”

**Autores:** Dr. Jaime Rivera.

**Resumen:**

**Introducción**

La investigación analiza la adopción de negocios digitales (e-business) en la gestión empresarial en El Salvador, con énfasis en su contribución a la competitividad y sostenibilidad post-COVID-19. Se destaca la importancia de integrar herramientas tecnológicas en los modelos de negocio de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), especialmente en zonas de menor dinamismo económico, para fortalecer su inserción en economías digitales.

**Metodología**

Se aplicó un diseño de investigación mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se encuestaron 175 empresas y actores del ecosistema productivo de El Salvador, en el Área Metropolitana de San Salvador y en zonas oriental y occidental. Se recolectaron datos sobre operaciones digitales, estrategias de integración tecnológica y obstáculos para la innovación en los modelos de negocio.

**Resultados**

El 86.2% de las empresas encuestadas indicaron tener operaciones digitales en áreas como atención al cliente, finanzas, logística y marketing. Sin embargo, se identificaron brechas en infraestructura tecnológica, integración de cadenas de valor y uso de herramientas como inteligencia artificial. La falta de estrategias digitales integrales limita el crecimiento, especialmente en sectores artesanales y de manufactura ligera.

**Discusión**

El estudio evidencia que las herramientas digitales mejoran la competitividad, pero su adopción desigual crea barreras de crecimiento. Se recomienda fortalecer la capacitación en tecnología 4.0, fomentar el acceso a financiamiento para innovación y promover programas de vinculación universidad-empresa. La sostenibilidad empresarial dependerá de estrategias digitales inclusivas y de políticas públicas que impulsen un ecosistema tecnológico robusto en todas las zonas del país.

## Estudio de caso de cátedra o docentes

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

**Título:** “Factores claves en la vinculación inicial con el sector laboral en jóvenes de 18 a 25 años del área metropolitana de San Salvador 2024.”

**Nombre de cátedra:** Desarrollo del Talento Humano.

**Docente:** Mtro. Felipe Padilla.

### Resumen:

#### Introducción

La inserción laboral de jóvenes entre 18 y 25 años en el área metropolitana de San Salvador enfrenta múltiples desafíos estructurales. Factores como la informalidad laboral, la falta de formación técnica especializada y la desconexión entre la oferta académica y las demandas del mercado potencian las barreras de acceso al empleo formal. Este estudio analiza los elementos claves que facilitan o dificultan la contratación y permanencia laboral juvenil, aportando recomendaciones para fortalecer los modelos educativos y mejorar la empleabilidad.

#### Metodología

Se utilizó un enfoque cuantitativo mediante un diseño de encuesta transversal aplicada a 228 jóvenes (104 hombres y 124 mujeres). El instrumento de recolección incluyó 22 ítems sobre educación, experiencia laboral, habilidades blandas y obstáculos para la contratación. El análisis de los datos se realizó con frecuencias y porcentajes, complementado con revisión documental sobre el mercado laboral salvadoreño y teorías de capital humano, triple hélice y aprendizaje basado en el trabajo.

#### Resultados

Los resultados indican que el título universitario (45.61%) y la formación complementaria (57.89%) son los factores más valorados para la contratación inicial. La experiencia previa (48.25%) y las habilidades blandas como el trabajo en equipo (61.84%) también destacan como facilitadores. Sin embargo, la falta de experiencia laboral (58.33%) y la ausencia de un título académico (28.07%) son los principales obstáculos identificados para la inserción laboral efectiva.

#### Discusión

La investigación evidencia la necesidad urgente de fortalecer la vinculación entre las instituciones de educación superior, la industria y el gobierno, mediante programas de prácticas profesionales y currículos orientados al mercado laboral. Asimismo, resalta la importancia de desarrollar habilidades blandas junto a competencias técnicas para mejorar la empleabilidad juvenil y disminuir la informalidad laboral en el área metropolitana de San Salvador.

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing y Lic. En Mercadotecnia.

**Título:** “Diagnóstico Integral De Las Necesidades De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Departamento De San Salvador, En Aspectos Económicos Y De Capacidades Empresariales.”

**Nombre de cátedra:** Formulación y Evaluación de Proyectos.

**Docente:** Ing. Henry Montano e Ing. Pamela Montes.

## Resumen:

### Introducción

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) representan más del 98% del tejido empresarial salvadoreño, siendo actores fundamentales en la generación de empleo y desarrollo económico. El presente estudio diagnosticó las necesidades de las MYPES de San Salvador, enfocándose en aspectos económicos y capacidades empresariales. La investigación pretende identificar desafíos críticos en financiamiento, competitividad, innovación y formación, proporcionando información para fortalecer las estrategias de apoyo público, privado y académico a este sector estratégico.

### Metodología

Se aplicó un enfoque cuantitativo mediante encuestas estructuradas a una muestra representativa de MYPES en el departamento de San Salvador. La recolección de datos fue ejecutada por estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales, utilizando dispositivos móviles para asegurar calidad y rapidez en la captura de la información. El análisis combinó indicadores descriptivos y temáticos, permitiendo una visión amplia de las condiciones actuales, obstáculos y oportunidades de mejora.

### Resultados

Se identificó una alta concentración de empresas en San Salvador (77.3%) y en el sector servicios (41.1%). La mayoría de las MYPES tienen entre 1 y 10 empleados y operan de 1 a 5 años. Las principales necesidades detectadas incluyen acceso a financiamiento, capacitación empresarial, asesoría personalizada y fortalecimiento del comercio electrónico. También se evidenció un interés significativo en establecer alianzas con universidades para recibir apoyo técnico y formación continua.

### Discusión

El diagnóstico confirma la necesidad de fortalecer el ecosistema de apoyo a las MYPES, priorizando programas de financiamiento accesible, formación de capacidades empresariales, digitalización y creación de redes de colaboración. Las universidades emergen como aliados estratégicos, pudiendo dinamizar la innovación, la transferencia de conocimiento y la profesionalización del sector, favoreciendo un crecimiento económico más inclusivo y sostenible.

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

**Título:** “La sostenibilidad de las micro y pequeña empresa salvadoreñas a partir de las estructuras de financiamiento existentes en la banca salvadoreña.”

**Nombre de cátedra:** Gestión de la Responsabilidad Social.

**Autores:** Mtro. José Miguel Martínez.

**Resumen:**

### **Introducción**

La investigación analiza las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) implementadas entre enero de 2022 y febrero de 2024 por empresas asociadas a la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. El propósito es evaluar la percepción y aplicación de estas prácticas en sectores industrial, comercial, de servicios y agrícola, para identificar buenas prácticas, áreas de mejora y aportar a estrategias de proyección social de la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.

### **Metodología**

Se utilizó un enfoque cuantitativo mediante encuestas administradas a 118 empresas asociadas a la Cámara. La técnica de recolección de datos fue un formulario en línea, que incluyó preguntas cerradas y abiertas sobre acciones de responsabilidad social, cumplimiento de normativas y percepción de la RSE dentro de sus operaciones.

### **Resultados**

El 82% de las empresas reportaron haber realizado acciones de RSE, como reciclaje, voluntariado, uso de energías renovables, donaciones y programas de becas. Sin embargo, el 96.7% de las empresas no compartieron documentación formal que respalde estas acciones. Se encontró que la mayoría de las prácticas tienen un enfoque filantrópico, priorizando ayuda social sobre estrategias de sostenibilidad a largo plazo.

### **Discusión**

La investigación revela que aunque existe conciencia sobre la importancia de la RSE, las empresas aún operan predominantemente bajo esquemas de filantropía más que de gestión integral de responsabilidad social. Se destaca la necesidad de fomentar una cultura empresarial orientada a la sostenibilidad, incorporando la RSE como parte de la estrategia corporativa y no solo como acciones aisladas de buena voluntad.

**Nombre de carrera:** Lic. En Relaciones Públicas con Especialidad en Marketing.

**Título:** “Estado del Emprendimiento en El Salvador.”

**Nombre de cátedra:** Emprendimiento.

**Autores:** Lic. Ronald Martínez.

**Resumen:**

### **Introducción**

El diagnóstico presenta un panorama de la situación actual de los emprendimientos en el distrito de San Salvador, específicamente en los municipios de San Salvador, Ayutuxtepeque, Mejicanos, Cuscatancingo y Ciudad Delgado. El estudio identifica las etapas de los emprendimientos, su formalización, los rubros a los que pertenecen y los principales desafíos que enfrentan, en un contexto económico dinámico y competitivo.

### **Metodología**

Se aplicó una metodología cuantitativa descriptiva, basada en encuestas aplicadas a 391 emprendedores. El cuestionario permitió recolectar información sobre edad, género, nivel educativo, rubro de negocio, generación de empleo, acceso a financiamiento y participación en procesos de capacitación. Se utilizó análisis estadístico simple para interpretar los resultados.

### **Resultados**

El 67.8% de los emprendimientos está liderado por mujeres, con edades entre 25 y 40 años. Los rubros predominantes son comercio (55.1%) y servicios (36.9%). El 87.7% ha puesto en marcha su idea de negocio, aunque un 67.1% no cuenta con formalización empresarial. La mayoría no ha accedido a financiamiento institucional y cerca de la mitad ha recibido capacitación empresarial, principalmente en ventas y estrategias comerciales.

### **Discusión**

El diagnóstico muestra que los emprendimientos enfrentan barreras estructurales como falta de financiamiento, baja formalización y limitado acceso a capacitaciones especializadas. Aunque se evidencia un alto nivel de resiliencia y capacidad de adaptación, es necesario fortalecer los mecanismos de apoyo al emprendimiento local, promoviendo estrategias de inclusión financiera, formación técnica y formalización para un desarrollo más sostenible.

