

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL.
ESCUELA DE POSGRADO.**



“DINÁMICA FINANCIERA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL Y SUS NECESIDADES DE EXPANSIÓN EN EL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL.”

PRESENTADO POR:

ING. WILBER MARLON ALVARADO MARTÍNEZ
ING. GLENDA YASMÍN BLANCO LIZAMA

**TRABAJO DE GRADUACION PARA OPTAR AL GRADO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACION FINANCIERA.**

DOCENTE ASESOR:

MAESTRO OSCAR SAMUEL MORALES GIL

DICEEMBRE 2020.

**CIUDAD UNIVERSITARIA ORIENTAL.
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, C.A.**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**



**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS
RECTOR**

**PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
VICE - RECTOR ACADÉMICO**

**ING. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO**

**ING. FRANCISCO ALARCÓN
SECRETARIO GENERAL**

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN
FISCAL GENERAL**

**LIC. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE
DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
AUTORIDADES



LIC. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENITEZ
DECANO

LIC. ÓSCAR VILLALOBOS
VICE-DECANO

LIC. ISRAEL LÓPEZ MIRANDA
SECRETARIO INTERINO

MTRO. JORGE PASTOR FUENTES CABRERA
DIRECTOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL ESCUELA DE POST GRADO
AUTORIDADES



DRA. MARTA DEL CARMEN VILLATORO DE GUERRERO
DIRECTORA DE ESCUELA DE POST-GRADO

MTRO. JOSE MOISES ALFARO ALVARADO
COORDINADOR DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

MTRO. OSCAR SAMUEL MORALES GIL
DOCENTE ASESOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios mi Padre Celestial, por ser la razón principal de mi existir, el guía y la luz de mis caminos en los cuales me acompaña en cada momento y me apoya en los momentos difíciles, le dedico este triunfo con todo mi amor.

A la Virgen María mi Madre, por haberme acompañado en cada paso y estar pendiente de mis decisiones; por el hecho de ser madre virtuosa y generosa digna de ser alabada, nunca te alejaste, ni apartaste tu vista, siempre estabas en todas partes conmigo; le dedico esta meta con todo mi alma y corazón.

A mis Padres Juan Gonzalo Alvarado Calderón y Teresa de Jesús Martínez de Alvarado que siempre estuvieron pendientes, aconsejándome en salir adelante con esfuerzo y dedicación, a ellos por su amor incondicional este triunfo es de ustedes.

A mis abuelos, que están en el cielo, por haber desarrollado a mis padres en el buen caminar de la vida, con valores, principios y amor a Dios, este triunfo es para ustedes también y sé que estarán alegres con mis tíos, Juan Francisco Alvarado Martínez mi hermano, Dylan Josué Bonilla Alvarado mi sobrino, Dios y nuestra madre la Virgen María.

A mis hijos Ángel Eduardo Alvarado y Diego Alejandro Alvarado por ser quienes me motivan todos los días a ser lo mejor de mí mismo y alcanzar mis metas, este triunfo es de ustedes.

A mis hermanos, Karina, Elton, Saraí y Patricia Marilí por su acompañamiento y consejos positivos además de su colaboración cuando los necesité, también este triunfo es de ustedes.

A mis cuñados Sandra Yáñez, Arístides Mauricio Perla y Juan Bonilla por haberme apoyado con consejos y su apoyo incondicional, este triunfo es de ustedes.

A mis docentes, agradecido por haberme compartido sus conocimientos, por prepararme con varias herramientas para mi desarrollo profesional y orientarme a obtener esta meta alcanzada.

A mi Asesor, Maestro Oscar Samuel Morales Gil, por orientarnos y haberme brindado su apoyo profesional en el desarrollo de la tesis; agradecido por formar parte de este triunfo.

A mi compañera de tesis Glenda Yasmín Blanco Lizama agradecido por su aporte profesional, amistad, y su esfuerzo para alcanzar esta meta, éxitos en su vida y desarrollo profesional.

A mis familiares, amigos, compañeros de la maestría y del trabajo por su comprensión y colaboración agradecido por formar parte de este triunfo.

Wilber Marlon Alvarado Martínez

AGRADECIMIENTOS

Es Agradable saber que has logrado alcanzar una meta más en esta etapa de tu vida, pero más primordial es saber agradecer; en esta ocasión de manera especial agradezco a Dios Todopoderoso por haberme brindado la sabiduría y conocimiento para poder concluir este proceso de formación profesional.

A mi madre María del Carmen Lizama y a mi padre José Timoteo Blanco por su amor, apoyo, comprensión, tolerancia, paciencia, por ser ese motor que me impulsa a ser mejor persona cada día; a mis hermanas y hermano por su apoyo incondicional.

A los Maestros que con esmero y dedicación nos transmitieron sus conocimientos; gracias por haberme enseñado lo que aprendí; a nuestro Asesor Maestro Oscar Samuel Morales Gil, por su tiempo, orientación, dedicación y compartir sus conocimientos en el transcurso del desarrollo de nuestra tesis.

A mi Compañero de tesis, Wilber Marlon Alvarado, por su esfuerzo, dedicación en cada actividad realizada, por su amistad, confianza, respeto y cariño, logrando como equipo de trabajo finalizar este proceso.

A mis compañeras y compañeros de maestría con quienes compartimos momentos de esfuerzo, sacrificio y dedicación, que al final nos sirvieron para lograr alcanzar nuestro objetivo terminar esta carrera.

A mis amistades que me motivaron en las dificultades que se me presentaron en el transcurrir de mis estudios y a las personas que marcaron mi vida en el transcurrir de mi carrera y no las mencione; personas que me enseñaron lo importante que es el Respeto, la Responsabilidad y la Amistad.

Glenda Yasmín Blanco Lizama

RESUMEN

La dinámica financiera de las empresas del sector artesanal y sus necesidades de expansión en el Municipio de San Miguel emerge por la falta de acceso al crédito, la falta de organización, reducida liquidez, limitadas ventas y poco poder de negociación de las empresas. Dinamizar el sector artesanal es de importancia económica y social porque mediante el acceso al crédito permite que las empresas incrementen sus oportunidades de comercialización en sus productos, en el que familias que se dedican a la producción artesanal se vean beneficiadas mediante la generación de ingresos, acceso a la educación, seguridad y salud. La investigación fue diseñada para determinar la necesidad de la dinámica financiera de las empresas del sector artesanal y el efecto para promover la expansión en el Municipio de San Miguel, siendo importante un plan de negocios que permita la expansión e incrementar las ventas. El plan de negocios describe estrategias de comercialización, a través de la incorporación de un plan administrativo, plan de mercado, plan operativo y plan financiero para fortalecer la parte organizacional, formalización, y financiera. Permitiéndole a las empresas cumplir con los requisitos para acceder al crédito para expandirse a nuevos mercados con el incremento de su oferta y diversificación de productos artesanales.

Palabras Claves: Dinámica Financiera, Expansión, Sector Artesanal, Productos Artesanales, Plan de Negocio

PALABRAS CLAVES

A

ARTESANO/A

Persona que participa en el proceso de producción de artesanías.

ARTESANIA

Producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico para realizar objetos con sello personal o colectivo

B

BANDESAL: Banco de Desarrollo de El Salvador

C

CEDART: Centros de Desarrollo Artesanal

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

M

MIPYMES: medianas, pequeñas microempresas.

MYPE: micro y pequeña empresa.

S

SECTOR ARTESANAL: Segmento de la sociedad dedicado a la actividad artesanal.

U

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

ABSTRACT

Financial dynamics of companies in the artisan sector and its expansion necessities in San Miguel Municipality emerges from the lack of access to credit, the lack of organization, the reduced liquidity, limited sales and little bargaining power of the companies. Boosting the artisan sector is of economical and social importance because through access to credits it is allowed to companies to increase their marketing opportunities in their products, in which families that are dedicated to artisan production are benefited by generating incomes, access to education, safety and health. This research was designed to determine the necessity for the financial dynamics of companies in the artisan sector and the effects of promoting its expansion in the Municipality of San Miguel city, being important to have a business plan that permits step-up and increases sales. The business plan describes marketing strategies, through the incorporation of an administrative plan, market plan, operating plan and financial plan to strengthen the organizational, formalization, and financial part. Allowing companies to meet the requirements to access credits to expand into new markets by increasing their offer and diversification of artisan products.

Keywords: Financial Dynamics, Expansion, Artisanal Sector, Artisanal Products, Business Plan

ÍNDICE

CAPITULO I

1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	1
1.2.	SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	2
1.3.	ENUNCIADOS DEL PROBLEMA	7
1.3.1	GENERAL.....	7
1.3.2	ESPECÍFICOS.....	7
1.4.	JUSTIFICACIÓN	7
1.5.	ALCANCES	8
1.6.	DELIMITACIONES	9
1.6.1	GEOGRÁFICAS.....	9
1.6.2	TEMPORALES	9
1.6.3	TEÓRICAS	9
1.7.	OBJETIVOS	9
1.7.1	GENERAL.....	9
1.7.2	ESPECÍFICOS.....	10

CAPITULO II

2	FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	11
2.1.	LA CULTURA	11
2.2.	ARTESANÍA.....	12
2.3.	ACCIONES PARA EL SECTOR ARTESANAL EN LA ECONOMÍA DE EL SALVADOR.....	14
	PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2014-2019.....	14
2.4.	LEY DE FOMENTO, PROTECCIÓN Y DESARROLLO PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.	15
2.5.	LEY DE FOMENTO, PROTECCIÓN Y DESARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL.	19

2.5.1	DE LA INSTITUCIONALIDAD DE LA LEY	25
2.5.2	ACCIONES PARA LA PROMOCIÓN DEL SECTOR ARTESANAL.....	28
2.6.	POLÍTICA NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.	29
2.7.	POLÍTICA NACIONAL UN PUEBLO UN PRODUCTO.	29
2.7.1	ORGANIZACIÓN DEL MOVIMIENTO A NIVEL TERRITORIAL.....	32
2.7.2	DESARROLLO DE LA INDUSTRIA LOCAL DISTINTIVA (ILD)	32
2.7.3	MODELOS DE EXHIBICIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	32

CAPITULO III

3	MARCO METODOLÓGICO	37
3.1.	SISTEMA DE HIPÓTESIS	37
3.1.1	HIPÓTESIS GENERAL	37
3.1.2	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	37
3.1.3	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES	39
3.2.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	43
3.4.1	POBLACIÓN	43
3.5.	TÉCNICA	44
3.6.	INSTRUMENTO.....	44
3.7.	PROCEDIMIENTOS	44
3.7.1	VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	44
3.7.2	CAPTURA DE DATOS	44
3.8.	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	45

CAPITULO IV

4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	46
----------	-----------------------------------------------------	-----------

4.1.	ANÁLISIS ESTADÍSTICO	46
4.2.	ESTRUCTURA DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	46
4.3.	CONCLUSIONES.....	62
4.4.	RECOMENDACIONES	64

CAPITULO V

5.	“PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL”	65
5.1.	INTRODUCCIÓN	65
5.2.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	66
5.2.1	OBJETIVO GENERAL	66
5.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	66
5.3.	PLAN ADMINISTRATIVO	67
5.3.1	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	67
5.3.2	FILOSOFÍA DE LA EMPRESA.....	68
5.3.3	ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA	69
5.4.	PLAN DE MERCADO.....	78
5.4.1	PRODUCTO.....	78
5.4.2	PRECIO	81
5.4.3	PLAZA.....	82
5.4.4	PROMOCIÓN	84
5.5.	PLAN OPERATIVO	88
5.5.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	88
5.5.2	COMPRAS Y PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA	89
5.5.3	POLÍTICAS DE PAGO	89
5.5.4	OPCIONES DE CRÉDITO	90
5.5.5	CONTROLES DE CALIDAD	90

5.5.6	ADQUISICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS PARA LA PRODUCCIÓN	91
5.5.7	REQUERIMIENTO DE COMPRA	92
5.5.8	ORDEN DE COMPRA	94
5.5.9	INFORME DE RECEPCIÓN	95
5.5.10	INVENTARIO DE PRODUCTO+S	96
5.5.11	ARQUEO DE CAJA.....	101
5.6.	PLAN FINANCIERO.....	105
5.6.1	DETERMINACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COSTOS	105
5.6.2	PROYECCIONES DE VENTAS DE UNIDADES.....	108
	BIBLIOGRAFIA	111
	ANEXOS	113
	ANEXO-1.....	114
	ANEXO-2.....	121

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Limitada Expansión del Sector Artesanal de San Miguel	2
Ilustración 2-Línea de Tiempo y Avances.....	30
Ilustración 3 Ruta de Implementación de un Pueblo un Producto	31
Ilustración 4 - Fuentes de Financiamiento MYPE	36
Ilustración 5 Ubicación Geográfica de la Empresa	67
Ilustración 6 Organigrama Propuesto	69
Ilustración 7 Luminaria de Tecomate.....	79
Ilustración 8 Luminaria de PVC	80
Ilustración 9 Canal de distribución directa	83
Ilustración 10 Canal de distribución indirecto	84
Ilustración 11 Estrategias de Publicidad.....	85
Ilustración 12 Catálogo de Productos.....	86
Ilustración 13 Logos Redes Sociales.....	87
Ilustración 14 Formato de Requisición de Compras	93
Ilustración 15 Formato Orden de Compra	94
Ilustración 16 Formato de informe de recepción de compras	95
Ilustración 17 Formato de inventario de mobiliario y equipo.....	97
Ilustración 18 Formato de inventario de materias primas	98
Ilustración 19 Formato de inventario de producto en proceso.....	99
Ilustración 20 Formato de inventario de producto terminado.....	100
Ilustración 21 Formato para Arqueo de Caja.....	103

Ilustración 22 Formato detalle de Costos Fijos.....	105
Ilustración 23 Formato Detalla de Costos Variables.....	106
Ilustración 24 Detalle de Costos Variables Anuales	107
Ilustración 25 Detalle de Proyección de Ventas Anuales	108
Ilustración 26- Detalle de Proyección de Ventas Mensuales.....	109
Ilustración 27-Detalle de Proyección de Ventas Anuales	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-Clasificación MYPE (Micro y Pequeña Empresa).....	18
Tabla 2-Definiciones del Sector Artesanal.....	20
Tabla 3-Clasificación de las Artesanías.....	23
Tabla 4-Cuadro de Operaciones de Variables e Indicadores	38
Tabla 5-Matriz de congruencia.	39
Tabla 6- Características de Luminaria de Tecomate	79
Tabla 7 Características de Luminaria de Tecomate	80
Tabla 8 Precio de Productos Comparativo	81
Tabla 9 Comparación Precio Distribuidor-Detalle.....	82

INTRODUCCIÓN

La dinámica financiera de la empresas es un factor importante para el crecimiento, razón por la cual la planeación financiera en las pequeñas y medianas empresas del sector artesanal, es de mucha importancia para el desarrollo económico del país, en el presente trabajo de investigación se realiza un análisis del acceso al crédito de la empresa del sector artesanal en el municipio de san miguel con base a sus necesidades de expansión.

La investigación que se presenta se desarrolla en cinco capítulos:

El capítulo uno consta de la situación problemática que actualmente se observa en las pequeñas y medianas empresas del sector artesanal en el municipio de san miguel, en cuanto a sus necesidades para expandirse. Se plantea el enunciado del problema, la justificación, este capítulo contiene también los alcances, limitaciones y los objetivos que se persiguen con la investigación.

El capítulo dos se desarrolla con el propósito de conocer el quehacer de la empresa artesanal, se presenta el marco teórico de la investigación, marco referencial, con una descripción de cada una de las leyes que le regulan y las políticas del sector; el Marco histórico que contiene información acerca del sector artesanal.

En el Capítulo tres se formulan las hipótesis de las cuales se desarrollan las variables y los indicadores de las cuales se plantean las respectivas definiciones operacionales y conceptuales; se describe el tipo de investigación que se utiliza, se determina el universo de estudio, las técnicas e instrumentos que se utilizan para la recolección de datos, para los cuales se plantea su procedimiento.

El capítulo cuatro, se procede a la tabulación de la información y se realiza mediante tablas de frecuencia, las cuales permiten la presentación gráfica de los resultados, que incluye el análisis e interpretación de los resultados que se relaciona con el cumplimiento de los objetivos propuestos.

El capítulo cinco, se describe la propuesta de cómo debe plantearse un Plan de Negocios para las empresa del sector artesanal en el municipio de San Miguel, en el que se proporciona un diagnóstico de la situación encontrada, sus generalidades, objetivos y las estrategias más apropiadas y oportunas para lograrlos.

CAPÍTULO I

1 Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes del Problema

El artesano es un trabajador activo en la economía de muchos países, así como el nuestro, produce sus objetos valiéndose de la tradición, de las experiencias, y conocimiento que ha ido adquiriendo, perfeccionando y heredando de generación en generación.

El producto artesanal es el resultado de la acumulación de técnicas, procedimientos, y ensayos que los seres humanos han ido efectuando en la medida que han buscado solución a problemas inminentes para la existencia. América latina es heredera de una antigua cultura artesanal que data de los tiempos prehispánicos.

Las artesanías son producto de la cultura que distinguen o identifican a los pueblos donde se elaboran, por Ejemplo en El Salvador hablamos de la población de Ilobasco lo relacionamos con cerámicas de miniaturas y juguetería, si pensamos en hamacas nos ubicamos en Cacaopera o Chalatenango, en este último en la Palma artesanías elaboradas en maderas, tablas una obra de arte, utilizando técnicas es el artista Salvadoreño Fernando Llord. Tenancingo Sombreros de palma, la producción de canastos y orfebrería en Zacatecoluca, así como también en Guatajiagua su industria más conocida es la elaboración de utensilios hechos de barro negro, en cuanto al municipio de San Miguel, área de estudio, las microempresas sus actividades económicas artesanales son de productos elaborados en cuero natural y sintético, madera, jícaro, tecomate semillas, materiales trenzables, materiales textiles y la de fabricación de artesanías de diversos materiales.

1.2. Situación Problemática

Las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel elaboran y comercializan productos que permiten crear fuentes de ingresos para sus familias y a su vez promover el rescate y la conservación cultural, creando valor a través del tiempo; generando demanda para el consumo interno del país y para el exterior, sin embargo, las necesidades de expansión de la empresa artesanal demanda contar con mayores recursos financieros que permitan mejor facilidad de acceso al crédito y que esto permita las condiciones de ampliación de sus actividades comerciales aplicando procesos de mejora continua para comercializar productos de calidad aumentando las ventas e impulsando positivamente las condiciones financieras.

En el Sector Artesanal son pocas las empresas formalizadas y en su mayoría son “Emprendimiento de Subsistencia”¹, que no cuentan con una planificación o sin una visión de crecimiento.

Ilustración 1 Limitada Expansión del Sector Artesanal de San Miguel



Fuente: Elaboración propia de Equipo de Investigación.

¹Emprendimiento de Subsistencia: Acción empresarial dirigidas a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación o sin una visión de crecimiento y que tiende a no generar excedentes. **Política de Nacional de Emprendimiento (P14)**

A continuación, se describen cada uno de los elementos presentados en la ilustración:

Reducidas Oportunidades de Crédito

La poca organización del sector Artesanal en ocasiones disminuye su participación en la comercialización de los productos a nivel nacional e internacional, frecuentemente su participación se ve limitada por tener reducidas oportunidades de acceso al crédito, pues deben estar formalizados.

Sin embargo, la mayoría de los artesanos se queja de las pocas oportunidades de acceso a créditos, aun y cuando la banca estatal, dentro de sus servicios, debe promover la existencia de líneas de créditos especiales para financiar cualquiera de las actividades de la cadena productiva en beneficio del sector artesanal.

La CONAMYPE crea las condiciones para facilitar a las unidades económicas del sector artesanal, la articulación al Sistema Nacional para el Desarrollo de las MYPE, con el propósito de acceder al Fondo para el emprendimiento y capital de trabajo de las MYPE; pero estas no son las necesarias para expansión que satisfaga la demanda del mercado artesanal. Así mismo las acciones que realiza el CEDART, las cuales consiste en brindar apoyo a los micro y pequeños empresarios y empresarias del sector artesanal para que puedan participar en eventos de comercialización (ferias y ruedas de negocios) nacionales como internacionales, teniendo acceso a tres de éstas en el año.

En la cual La CONAMYPE financia:

- un 80% para evento nacional con un monto máximo a financiar de \$640.00
- un 70% para evento internacional con un monto máximo a financiar de \$1,400.00

Pero se debe de cumplir los Requisitos de:

- Ser propietario de una micro o pequeña empresa.
- Contar con un establecimiento para el desarrollo de las actividades empresariales.
- Aportar desde un 20% ó desde un 30% del costo del servicio (esto depende del tipo de solicitud que realice)
- Que no haya recibido financiamiento para participar en tres ferias en el año en curso, dando prioridad a nuevas empresas.

Pero estas acciones realizadas por CONAMYPE a través del CEDART no abonan a brindar al artesano a tener una mayor facilidad de acceso al crédito.

Limitadas Ventas

La falta de acceso al crédito también limita la diversidad de productos, estrategias de Marketing en el sector artesanal, de una u otra manera influye en sus niveles de venta, la mayor parte de sus ventas las realizan por medio de intermediarios, quienes las distribuyen en los centros comerciales, mercados, hoteles y aeropuertos y esto hace que al sector se le vea disminuido su ingreso en un porcentaje por no tener una facilidad de expandirse en el mercado a través de sus propios canales de distribución.

Limitada Organización Empresarial

El Sector Artesanal, carece de formalización de sus negocios, sin embargo la CONAMYPE realiza acciones para la formalización de las empresas, la mayor parte del sector se resiste a dar este paso, aunque en las Disposiciones Generales en el Art. 1 de la Ley MYPE resalta que tiene por objeto.

“fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, constituyendo el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país , mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial.”²

Aunque existe un porcentaje que, si tiene la empresa formalizada, la CONAMYPE, brinda acompañamiento en la formulación, ejecución y evaluación de los planes estratégicos de la empresa, en ocasiones tiende a fallar dichos procesos por la falta de compromiso de la empresa.

El Sector Artesanal carece de organización aun con las iniciativas de los Centros de Desarrollo Artesanal para el fomento de procesos asociativos, fortalecimiento de las capacidades productivas, comercialización, formación y capacitación, como la apertura de tiendas de venta de productos artesanales, las cuales nacen con el objetivo de Fomentar y facilitar la asociatividad, sin embargo las empresas se les dificulta comprometerse con la organización y llevar a cabo correctamente los procedimientos y requisitos establecidos por la CEDART.

Poco Poder de Negociación.

Frecuentemente las relaciones con los proveedores suelen verse afectadas por el cumplimiento de responsabilidades, el proveedor por el cumplimiento de los tiempos

²Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa. Art.-1

de entrega de la materia prima, para la elaboración de los productos artesanales; y el productor para el cumplimiento de sus obligaciones sean estas a corto o largo plazo, el poder de las negociaciones del sector, es pequeño por el número de empresas, y está menos preparada que el proveedor.

Algunas acciones del desarrollo de proveedores y encadenamientos productivos del Ministerio de Economía y la CONAMYPE, en conjunto, impulsan programas de asesoría empresarial y financiera, capacitación y asistencia técnica a las MYPE, con la finalidad de prepararlas y convertirlas en proveedoras entre ellas mismas, la mediana y gran empresa, garantizando la capacidad de negociación, eliminando asimetrías en estas relaciones de compra y venta.

Sin embargo, aun en los mercados locales el sector artesanal se queja de las dificultades de compra de materia prima.

Reducción de Ventas.

Las ventas se ven afectadas por la poca diversidad de los productos, así también por el suministro de la materia prima para la elaboración de los productos, que afectan en el cumplimiento de las entregas para la comercialización, disminuyendo los ingresos.

Bajas Ventas

La mayor parte del sector artesanal, menciona la pocas ventas que se dan directamente al consumidor, lo que genera disminución de las ventas y rentabilidad, otra de las prácticas de ventas de los productos es la entrega en consignas post venta, en los canales de distribución, al tener poca rentabilidad, genera el Cierre de la empresa y quedan solo como subsistencia.

Reduce Liquidez

La obtención del dinero en efectivo por las bajas ventas se ve reducida en gran manera en el sector artesanal y a esto sumarle que el acceso al crédito no hay, entonces la expansión se ve más con dificultades de desarrollarse y muchas veces no se cubre la demanda por la falta de liquidez.

1.3. Enunciados del Problema

1.3.1 General

¿En qué medida la falta de financiamiento crediticio afecta la dinámica financiera y la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel?

1.3.2 Específicos

¿En qué medida el nivel de ventas de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel afecta en el cumplimiento de las obligaciones y necesidades de expansión?

¿En qué medida la falta del acceso a créditos limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel?

¿La falta de organización empresarial limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel?

1.4. Justificación

Las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel producen y comercializan productos que a través del tiempo van mejorando sus técnicas y calidad, por lo que es importante dinamizar financieramente a través de la expansión.

Considerando en términos generales que muchas instituciones del órgano ejecutivo han empleado estrategias integrales para el desarrollo artesanal y potenciarlo mediante la Innovación, desarrollo de capacitaciones y emprendimiento, la promoción y comercialización del producto artesanal; estas estrategias no han sido lo suficiente para que el sector artesanal tenga las herramientas necesarias que le permitan el acceso al crédito y poder expandirse mediante el apalancamiento financiero a través de instituciones bancarias para la sostenibilidad del sector.

Dinamizar financieramente el sector artesanal es de importancia económica y social, inciden en la organización de las empresas y artesanos; y mediante el acceso al crédito permite que familias del municipio de san miguel se vean beneficiadas mediante la generación de ingresos, acceso a la educación, seguridad y salud.

La investigación se realiza mediante el análisis del estudio de las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel, las cuales se seleccionaron de las empresas que tiene la CONAMYPE inscritas en el municipio.

Para alcanzar este propósito es pertinente la participación de las empresas del sector, pues permite elaborar una propuesta para las empresas, con el objeto de mejorar las estrategias para la producción y comercialización de los productos del sector, que aumente las ventas e identificando sus necesidades para la expansión de las empresas.

1.5. Alcances

El trabajo de investigación se desarrolla desde febrero hasta septiembre de 2020.

1.6. Delimitaciones

1.6.1 Geográficas

La investigación está vinculada con las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel, departamento de San Miguel, El Salvador.

1.6.2 Temporales

El estudio se realiza en un periodo de 8 meses desde febrero hasta septiembre de 2020. Se presentaron imprevistos porque concluyendo el proceso de estudio afecto la pandemia COVID-19.

1.6.3 Teóricas

El trabajo de investigación se fundamenta en las disposiciones establecidas en el marco regulatorio, aprobado por la legislación salvadoreña, entre estas: Constitución de la República, Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, Ley del Sistema de Garantías Recíprocas para La Micro y Pequeña Empresa, Ley del Sistema Financiero para el Fomento al Desarrollo, Ley de Bancos Cooperativos y Sociedades de Ahorro y Crédito, Código de Comercio, Código Tributario, Código de Trabajo, Política Nacional Un Pueblo Un Producto, Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa, Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal.

1.7. Objetivos

1.7.1 General

- Determinar por qué la falta de financiamiento crediticio afecta la dinámica financiera y la expansión de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.

1.7.2 Específicos

- Definir si las ventas de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel afectan en el cumplimiento de las obligaciones y necesidades de expansión.
- Identificar si la falta de acceso a créditos de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel limita su expansión.
- Describir como la falta de organización empresarial limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel.

CAPITULO II

2 Fundamentos Teóricos

2.1. La Cultura

En el año 2001, la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural adoptó una definición de cultura en la que describe las bases de su relación con los procesos de desarrollo humano:

“La cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural).³

En tal sentido la cultura es el conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, en la que a través del tiempo se vuelven prácticas, normas y reglas de la forma de ser, vestirse, religión, rituales, en si las normas del comportamiento y sus creencias.

Así mismo el Artículo 63, de la Constitución de la República de El Salvador, Sección Tercera, Educación, Ciencia y Cultura. Reconoce y garantiza la protección de:

“La riqueza artística, histórica y arqueológica del país forma parte del tesoro cultural salvadoreño, el cual queda bajo la salvaguarda del Estado y sujeto a leyes especiales para su conservación.”⁴

³ (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural)

⁴ (Constitución de la República de El Salvador, Sección Tercera, Educación, Ciencia y Cultura.Art.-63)

Reconociéndose en tal sentido, a los pueblos indígenas, para quienes el Estado deberá adoptar políticas a fin de mantener y desarrollar su identidad étnica y cultural, cosmovisión, valores y espiritualidad.

El Salvador, el país más pequeño territorialmente de Centro América, conocido como el pulgarcito de América, a lo largo del tiempo, se convierte en impulsador del turismo y a su vez permite impulsar como parte del patrimonio cultural en el que destacan las artesanías, la danza, la medicina natural, los mitos, cuentos, leyendas entre otros; que caracteriza a los productos artesanales, que surgieron aprovechando en lo posible las materias primas existentes en la naturaleza, donde se fabrican utensilios, que permiten facilitar las actividades diarias, satisfaciendo las necesidades de los hogares, utilizando su creatividad elaborando diseños propios dependiendo las zonas así sus rasgos representativos y característicos del lugar de procedencia de los productos artesanales, entre los que destacan más se encuentran los de barro, cerámicas, hamacas, tallado en madera, calzado entre otros, convirtiéndose en un bien patrimonial del pueblo salvadoreño.

2.2. Artesanía

Construir la confianza - La artesanía, elemento del desarrollo, la UNESCO define que los Productos Artesanales;⁵

“Son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se

⁵ (<http://www.unesco.org>, 1997)

refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente". (<http://www.unesco.org>, 1997).

La UNESCO es la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Con la creación de los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales.

El principal objetivo es demostrar que la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo. Los productos Artesanales se han elaborado de diferentes formas, estilos y función, donde cada proceso conserva una expresión propia, representando el sentir de un pueblo, los cambios sociales, culturales, económicos y políticos del país; factores que también fortalecen la labor artesanal innovando y trascendiendo, formando un vínculo con nuestras raíces y parte de nuestra identidad cultural.

2.3. Acciones para el Sector Artesanal en la Economía de El Salvador

Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019

En los últimos años El Salvador ha creado algunas acciones para impulsar la economía del sector artesanal, para mejorar la productividad y comercio; incorporando en sus planes estratégicos; durante la gestión presidencial 2014-2019 se impulsaron programas como:

“El Salvador productivo, educado y seguro; en donde el Plan quinquenal de desarrollo–PQD 2014-2019- (2015) describe que: “La cultura, por su parte, adquiere un rol central como fuerza motora para impulsar los cambios sociales, políticos y económicos, así como los valores y relaciones que predominan en la sociedad salvadoreña y en la relación entre la sociedad, el Estado, la economía y la naturaleza” (p. 26).⁶

Donde destaca en el Eje 1:

“Trabajar con dignidad y crecer con inclusión, con el objetivo de Dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, las empresas y al país”. (p. 253)⁷

⁶PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2014-2019 (P26)

⁷De acuerdo con el informe del cumplimiento del PQD 2014-2019, este objetivo impulso condiciones desempleo con justicia laboral sobre todo para jóvenes y mujeres y el incremento de la inversión pública y privada. En concreto, logro alcanzar un crecimiento anual promedio del 3 % del PIB; también destaca que más de 394 entidades de adquisiciones estatales tenían la obligación de contratar al menos en un 12 % a MYPES, lo que ha generado una interesante coordinación entre contrataciones del estado y microempresas. Estas compras estatales a las MYPES han permitido un desarrollo y nivel de estabilidad de ventas significativo para este segmento empresarial.

La estrategia número dos de este objetivo comprende Desarrollo de las capacidades productivas y competitivas de las medianas, pequeñas y microempresas (MIPYMES) y su articulación a las dinámicas de la economía territorial, nacional e internacional, en las que destacaron las siguientes líneas de Acción como la de Desarrollar la diversificación, industrialización y las capacidades tecnológicas de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES).

Así mismo en esta estrategia se Impulsó la internacionalización de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES), priorizando a las que están vinculadas con la producción de bienes transables, como la puesta en marcha de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la MYPE, la Política Nacional de Emprendimiento y la Política Nacional para el Desarrollo de la MYPE.

Con el objeto de promover la asociatividad de la micro y pequeña empresa y la expansión de la Política Nacional “Un pueblo, un producto” para el desarrollo económico territorial mediante el desarrollo de la industria local distintiva de la micro y pequeña empresa.

2.4. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.

La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa⁸, Ley MYPE, es el resultado de un proceso participativo que fue liderado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, CONAMYPE el cual incluyó consultas con diferentes instituciones públicas y privadas de apoyo a la MYPE, asociaciones,

⁸La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa, Ley MYPE, fue aprobada según Decreto Legislativo No. 667 por la Asamblea Legislativa, el 25 de abril del 2014 y entró en vigencia el 28 de mayo del 2014

gremios, ONG's, academia, instituciones financieras, parlamentarios y sobre todo personas empresarias de la MYPE, que con sus aportes propiciaron como respuesta a diferentes necesidades de este importante segmento empresarial; y el deber del Estado en fomentar la protección y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa; como parte de responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano; promoviendo el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

Las actividades desarrolladas por la Micro y Pequeña Empresa contribuyen al sostenimiento y crecimiento de la economía nacional, destaca por ser una de las principales generadoras de empleo, producción y una fuente de estabilidad, seguridad y educación para los sectores en mayores condiciones de vulnerabilidad. En el año 2017 esta Ley fue reformada por la Asamblea Legislativa; resalta que:

“Se crea la figura jurídica de la autónoma CONAMYPE quedando de esta forma un importante legado que da certeza a las personas empresarias de la continuidad institucional para el impulso de los diferentes programas que permita elevar su desarrollo y competitividad.”⁹

La finalidad de la Ley MYPE en el Art.2.- destaca:

“Estimular a la micro y pequeña empresa en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su

⁹De acuerdo, al Decreto Legislativo No. 838, 15 de noviembre de 2017, y publicada en el Diario Oficial No. 222, Tomo 417, 28 de noviembre de 2017

asociatividad y encadenamientos productivos; facilitando su apertura, desarrollo, sostenibilidad, cierre y liquidación”¹⁰.

Como lo deberán aplicar:

- Estableciendo las bases para la planeación y ejecución de las actividades encaminadas a la articulación de la micro y pequeña empresa con el desarrollo territorial;
- Instaurando un sistema de coordinación interinstitucional como instrumento de apoyo a las políticas de fomento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas;
- Promoviendo la creación de una cultura empresarial de innovación, calidad y productividad que contribuya al avance en los procesos de producción, mercadeo, distribución y servicio al cliente de la micro y pequeña empresa;
- Promoviendo la facilitación y simplificación de procedimientos administrativos en trámites con entidades del Estado;
- Promoviendo la existencia e institucionalización de programas, instrumentos y servicios empresariales de fortalecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, con énfasis en aquellos dirigidos a mejorar la situación y las necesidades de las mujeres emprendedoras y empresarias;
- Ampliando de manera efectiva las políticas de fomento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, promoviendo una mayor coordinación entre el sector público y privado;

¹⁰Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa. Art.-2

- Promoviendo el acceso a servicios y recursos financieros para la micro y pequeña empresa, el incremento de la producción, la constitución de nuevas empresas y la consolidación de las existentes.
- Con respecto a su Clasificación en el Art.- 3 refiere al micro y pequeña empresa estarán clasificadas de la siguiente manera:

Tabla 1-Clasificación MYPE (Micro y Pequeña Empresa)

Definición	Descripción
Microempresa	Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores; ¹¹
Pequeña empresa	Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a 482 y hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con un máximo de 50 trabajadores. ¹²

Cuando una persona natural o jurídica no reúna las condiciones previamente establecidas, su clasificación se determinará por sus ventas brutas anuales. Las entidades públicas y privadas deberán uniformar las características antes definidas y los criterios de medición, a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

¹¹Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa. Art.-3

¹²Ídem. Art.-3

Con relación a las Políticas y los Lineamientos en el Artículo 6 se refiere a la acción del Estado y de los municipios en materia de promoción de las MYPE, se orientará de conformidad a los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Promover y desarrollar programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de la MYPE en el corto, mediano y largo plazo, y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera, social y medioambiental de los actores involucrados;
- b) Promover y facilitar la consolidación de tejidos empresariales y productivos a través de la articulación.

Con respecto a la Formalización de las empresas se menciona en el Art.26.- Apoyo a la formalización CONAMYPE apoyará a personas emprendedoras y empresarias dueñas de micro o pequeñas empresas en el cumplimiento de sus obligaciones formales, a través de capacitaciones, apoyo técnico y legal. En este sentido CONAMYPE es la institución autónoma encargada del cumplimiento de las obligaciones formales.

2.5. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal.

Las artesanías expresan y generan identidad y tradiciones culturales materiales e inmateriales del país, razón por la cual se crean los mecanismos para fomentar, desarrollar y proteger el sector artesanal; reconociendo y protegiendo a la persona que se dedica a la producción de artesanías, como una fuerza que contribuye a la dinámica económica y social del país.

Algunas definiciones con base al Artículo 4 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal (P3)

Tabla 2-Definiciones del Sector Artesanal

Definición	Descripción
Artesanía	Producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico para realizar objetos con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos, en un proceso de transformación de materias primas. ¹³
Persona Artesana	Persona que participa en el proceso de producción de artesanías, siempre que la actividad realizada requiera de destreza manual y sentido estético o artístico.
Actividad Artesanal	Conjunto de acciones económicas, culturales y sociales realizadas por las personas artesanas o grupos asociados de las mismas o comunidades, en torno al diseño, producción, promoción y comercialización de sus artesanías.
Sector Artesanal	Segmento de la sociedad dedicado a la actividad artesanal.
Taller Artesanal	Lugar o espacio donde la persona artesana realiza parte importante de la actividad artesanal, especialmente la relativa a la creación y producción de sus artesanías.
Taller Comunitario de Producción Artesanal	Lugar o espacio conformado por personas artesanas de la misma comunidad o municipio, dotado de infraestructura, maquinaria y equipo, en beneficio del desarrollo del sector artesanal.
Registro Nacional del Sector Artesanal	Proceso para la inscripción y registro de la persona artesana, talleres artesanales, asociaciones y cooperativas dedicadas a la actividad artesanal.
Premio Nacional de Artesanía	Reconocimiento económico o de otro tipo que se otorga anualmente a la persona artesana o comunidad que haya elaborado una artesanía, que cumpla con los criterios de calidad, originalidad, creatividad e innovación establecidos en las bases anuales de participación, o la persona artesana o comunidad que por su trayectoria o aporte significativo hayan contribuido al desarrollo del sector artesanal del país.

¹³ Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal. Art.-4

Se destaca El premio Nacional de la Artesanía; la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) es el ente encargado de este premio, quien entregó el Premio Nacional de Artesanías 2019, con el objetivo de promover la cultura y el desarrollo económico de las comunidades en el país.

Se premió a los tres primeros lugares, quienes recibieron incentivos económicos de \$2,500, \$1,500 y \$1,000 respectivamente; cada año se interpreta mejor nuestra cultura. Se cuenta la historia de un país, de una mezcla de culturas y de gente que está queriendo salir adelante”.



1. El primer lugar del Premio Nacional de Artesanías 2019 fue para Leonel Ernesto Patiño Shumico, cantón Patalshucut, Izalco, Sonsonate.



2. El segundo lugar: Colectivo Mesa de Desarrollo Artesanal de Nueva Concepción, Chalatenango.



3. Tercer lugar: Erick Alexis Lima Rivas, Ciudad Arce, La Libertad.

Los premios son los siguientes:**1er Premio**

- Premio de \$2,500 US Dólares
- Diploma que lo acredita como ganador del premio
- Y un aporte en concepto de Capital de Producción de \$2,500.00 Dólares USA.

2do Premio

- Premio de \$1,500 US Dólares.
- Diploma de reconocimiento
- Y un aporte en concepto de Capital de Producción de \$1,000.00 Dólares USA

3er Premio

- Premio de \$1,000.00 US Dólares
- Diploma de reconocimiento
- Y un aporte en concepto de Capital de Producción de \$1,000.00 Dólares USA

4. Otros.

Clasificación de las Artesanías¹⁴

Con base al Artículo 5 de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal. Las artesanías se clasifican, acorde a las características propias del país; según su:

¹⁴Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal. Art.-5

Tabla 3-Clasificación de las Artesanías

ORIGEN	
<p>Artesanía Originaria</p> 	<p>Es aquella artesanía que, por sus formas, iconografías y significaciones o simbolismos, así como sus modos primordiales de producción, tienen su raíz en los conocimientos y técnicas transmitidos generacionalmente por los pueblos indígenas, formando parte del patrimonio cultural inmaterial.</p>
<p>Artesanía Identitaria</p> 	<p>Es aquella artesanía producto de la fusión o sincretismo de culturas, que por sus formas, rasgos iconográficos o diseño, genera en el tiempo un sentimiento de identidad a una comunidad determinada, convirtiendo su práctica de producción en un referente del patrimonio cultural inmaterial.</p>
<p>Artesanía Tradicional Popular</p> 	<p>Es aquella artesanía resultante de un proceso de fusión o sincretismo de culturas, elaborada a nivel nacional, en la que se conservan sus rasgos generales de forma, tendencia estética o diseño, que aunque no se identifica su origen, forma parte de la tradición nacional.</p>
<p>Artesanía Contemporánea o Neo artesanía:</p> 	<p>se caracteriza porque, tanto en el diseño de sus formas, como en su expresión gráfica, convergen principios estéticos de tendencia universal sin perder la intervención manual directa de la persona artesana como el componente más importante del producto acabado; éste sincretiza modos tradicionales de producción con apropiaciones tecnológicas contemporáneas, sean éstas para el diseño o para la producción de una artesanía, que destaca por la creatividad de la persona, expresada en la originalidad, calidad e innovación.</p>

Artesanía de Autor

Es aquella que posee el sello individual de la persona artesana en su expresión artística, son piezas únicas o su reproducción, es en serie numerada y limitada de la misma. Se distingue por sus rasgos singulares y lenguaje artístico propio asociado al autor o autora, y por sus niveles de creatividad, innovación y calidad estética.

Artesanía Utilitaria:

Se entenderá por artesanía utilitaria, aquel objeto, que luego de ser considerado artesanía, trascienda del hecho decorativo como objeto de adorno corporal u ornamental en general, tenga la capacidad de inserción en la vida cotidiana y dé soluciones a necesidades concretas.

Artesanía Decorativa:

Se entenderá por artesanía decorativa, aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, su uso principal sea decorativo u ornamental.

Artesanía de Accesorios:

Se entenderá por artesanía de accesorios, aquel producto que luego de ser considerado artesanía, manifieste la cualidad de ser adorno corporal u objeto complementario de una prenda de vestir.

2.5.1 De la Institucionalidad de la Ley

El Ministerio de Economía es el Ente Rector; en la cual sus atribuciones están:

- Aprobar la Política Nacional de Desarrollo del Sector Artesanal;
- Gestionar los recursos presupuestarios y financieros para el funcionamiento del Ente Ejecutor;
- Proponer al Ministerio de Educación, en coordinación con el Ente Ejecutor e Instituciones de Educación Superior, el diseño e implementación de Programas de Educación, de conformidad a las necesidades de desarrollo del sector artesanal;
- Facilitar mecanismos de coordinación y cooperación interinstitucional para la ejecución de la Política Nacional de Desarrollo del Sector Artesanal entre el Ente Ejecutor y otras Instituciones, según sus competencias afines.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, CONAMYPE, es el Ente Ejecutor, quien fórmula y ejecuta las Políticas Públicas encaminadas al fomento, protección y desarrollo del sector artesanal.

Entre sus Atribuciones destacan:

- Formular y proponer al Ente Rector, la Política Nacional y la Estrategia de Desarrollo Artesanal, las cuales se revisarán periódicamente de conformidad al cumplimiento del objeto de esta Ley;
- Formular, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos de fomento, protección, desarrollo y promoción del Sector Artesanal;
- Elaborar y actualizar periódicamente el Registro Nacional del Sector Artesanal;

- Crear y administrar Centros de Desarrollo Artesanal para el fomento de procesos asociativos, fortalecimiento de las capacidades productivas del sector artesanal, comercialización, formación y capacitación;
- Promover y gestionar la creación de Centros de Abastecimiento de Materia Prima, Maquinaria y Equipo para la producción artesanal, conformados por asociaciones o grupos asociativos vinculados a las mesas de desarrollo artesanal, que faciliten el acceso de estos insumos al sector;
- Facilitar la integración de las cadenas productivas de las artesanías con otros sectores vinculantes;
- Coordinar y representar al país, frente a los Organismos Nacionales e Internacionales, sobre cualquier aspecto relacionado con el objeto de esta Ley;
- Suscribir convenios con entes privados y públicos, nacionales o internacionales, concernientes al desarrollo del sector artesanal;
- Coordinar con las instituciones públicas y privadas, gobiernos locales e internacionales, las acciones encaminadas al desarrollo y promoción del sector artesanal;
- Fomentar y facilitar la creación de talleres comunitarios de producción artesanal;
- Gestionar y promover becas nacionales e internacionales; así mismo, pasantías e intercambios, entre otros, para que personas artesanas puedan fortalecer sus conocimientos en diseño, elaboración, producción y comercialización de artesanías, y permitir con ello el fomento y desarrollo productivo del sector artesanal;

- Elaborar, ejecutar y evaluar programas y proyectos de asistencia técnica e investigación para el desarrollo del sector artesanal;
- Elaborar y ejecutar un programa de divulgación de las artesanías;
- Desarrollar programas de protección, conservación y promoción de las expresiones artesanales de los pueblos indígenas en coordinación con la Secretaria de Cultura de la Presidencia de la República;
- Promover las diferentes formas de organización y asociatividad de las personas artesanas y apoyar el desarrollo del sector artesanal;
- Supervisar y verificar la actividad artesanal en cualquiera de sus fases, en cumplimiento a los beneficios que otorga esta Ley, mediante visitas a las instalaciones en las diferentes unidades productivas;
- Contar con las herramientas que le permitan realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de los productos artesanales, según criterios que se definen en la presente Ley, con el fin de evaluar sus características en forma integral en la clasificación y denominación de una obra, a efecto de ser considerada artesanía;
- Elaborar el Reglamento para la implementación de la presente Ley.

Para la implementación de los diferentes programas de promoción y desarrollo del sector artesanal, los recursos provienen de:

- La asignación del Presupuesto General de la Nación, para lo cual el Ministerio de Economía le otorgará a la CONAMYPE la subvención respectiva;
- Del Fondo Especial provenientes de la privatización de ANTEL (FANTEL);
- Donaciones recibidas por instituciones nacionales e internacionales.

2.5.2 Acciones para la Promoción del Sector Artesanal

- Marca País de Artesanías

CONAMYPE crea la Marca País de Artesanías, para apoyar el desarrollo del sector artesanal, con el objetivo de utilizar la marca para identificar y promocionar las artesanías salvadoreñas

- Premio Nacional de Artesanía

CONAMYPE reconoce el trabajo de la persona artesana o comunidad nacional, a través de este premio el cual es otorgado una vez al año, con base a los criterios que para ello establezca.

- Promoción Nacional e Internacional

CONAMYPE desarrolla programas de promoción y difusión del sector artesanal a nivel nacional e internacional.

Así también se establece que en las entregas de obsequios y reconocimientos otorgados a personas naturales o jurídicas nacionales e internacionales, las instituciones estatales utilizarán de manera prioritaria las artesanías nacionales.

Dentro de las actividades promocionales que más destacan están:

- Feria Nacional de la Artesanías,
- OPULENCIA PIPIL, El objetivo es dar a conocer los avances que el sector artesanal del país ha alcanzado en las áreas de diseño, innovación, productividad y calidad de los productos artesanales; prendas presentadas elaboradas a través de diferentes técnicas, entre las que destacan el pirograbado, bordado, pintura en tela, sublimado, shibori, elaboración en telar de cintura, entre otras.

- SMODA (Somos Moda El Salvador) prendas presentadas elaboradas a través de diferentes técnicas, Confección, Teñidos, Bordados, Sublimado, Joyería, Calzado y Carteras.

2.6. Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.

La Estrategia Nacional para el Desarrollo Artesanal, basada en el rescate de la identidad cultural, el aprovechamiento de los recursos locales, la creatividad, la innovación y el aprendizaje de nuevas técnicas para realizar diseños competitivos e identitarios con potencial de mercado global.

La Política, priorizará en aquellos sectores que pueden tener mayor impacto y generar detonantes de las industrias y empresas que generen mayor valor agregado y que dinamicen con mayor rapidez la economía nacional, tales como la agroindustria alimentaria, textiles y confección, tecnología de información y comunicaciones, química farmacéutica, turismo, construcción, artesanía, pesca artesanal, servicios logísticos y confección de calzado, así como aquellos sectores definidos por el gobierno central y que aporten a los indicadores de impacto económico nacional.

2.7. Política Nacional Un Pueblo Un Producto.

La Política Nacional Un Pueblo un Producto es un instrumento que permite dinamizar las economías locales partiendo de los recursos identitarios y naturales, que potencien el desarrollo productivo, el liderazgo en las comunidades y la generación de empleos e ingresos para miles de familias salvadoreñas, retomando para ello, el impulso a las micro y pequeñas empresas ubicadas en los territorios.

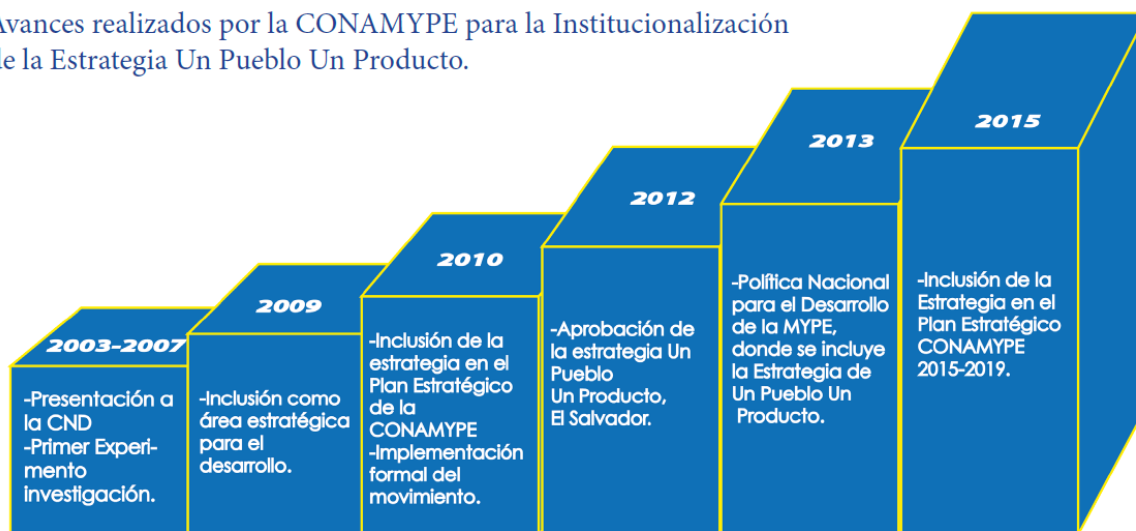
Así mismo esta Política expone la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos, así como el desarrollo de creencias y valores, tras descubrir los

tesoros de la comunidad, generando la mejora en la calidad de vida en la comunidad, activando la economía local.

Un Pueblo Un Producto en El Salvador, parte del concepto de desarrollo económico rural comunitario presentado a la Comisión Nacional de Desarrollo (CND) en el 2003, como parte del “Plan Maestro de Desarrollo Económico de la Región Oriental” expuesto en aquel momento por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). En el 2007 son los primeros esfuerzos por la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto en el país, el cual consistió en un estudio realizado por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) de un mapeo de los productos para su identificación y un estudio de mercado por CONAMYPE en el año 2015. (CONAMYPE, 2016)¹⁵

Ilustración 2-Línea de Tiempo y Avances

Avances realizados por la CONAMYPE para la Institucionalización de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.



¹⁵CONAMYPE “Política Nacional Un Pueblo Un Producto”, 2016 (P11)

La Política Nacional Un Pueblo Un Producto, Autorizada por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, en el acta 155 punto 5.2.1, del 13 de julio de 2016.

Objetivos de la Política Nacional Un Pueblo un Producto

- Orientar y apoyar el trabajo de las personas responsables de la facilitación del Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- Proporcionar los elementos metodológicos necesarios para la planificación, desarrollo y evaluación en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto y el desarrollo de la industria local.

Dentro de la Política se establece la ruta con los pasos principales para la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

Ilustración 3 Ruta de Implementación de un Pueblo un Producto

Ruta de la Implementación de la Estrategia Un Pueblo, Un Producto



2.7.1 Organización del Movimiento a nivel territorial.

Proceso de construcción del movimiento un pueblo un producto se desarrolla con sus particularidades en cada territorio, lo cual le pone un sello específico al movimiento en cada lugar.

En esta fase de organización, realizan un mapeo de los actores e identificación de los recursos, el cual incorpora desde la participación de líderes y lideresas locales y posteriormente validado por la población facilitando la generación de identidad y conocimientos de sus recursos.

2.7.2 Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)

Marca Territorial

Comprende el desarrollo de procesos y actividades que buscan transformar los recursos locales en productos y servicios con características identitarias diferenciadoras que proporcionan reconocimiento y orgullo a la comunidad a partir de convertirse en una fuente de riqueza. Es el valor agregado sistemático del proceso ya que es una plataforma que proporciona al producto su calidad, diseño, empaque, procesos de operación, gestión de la calidad, suministros entre otros. Está compuesta por alianzas entre eslabones productivos de la localidad, propiciando un clima de negocios en los territorios con base a una organización empresarial, y el apoyo a la gestión de inversión.

2.7.3 Modelos de exhibición y comercialización

Puede ser centralizado o descentralizado, con dos tipos de enfoque, visual permitiendo que los productos sean percibidos por sus atributos; o vivencial, que busca

agregar valor agregado a partir de la experiencia en algún proceso de la producción generando un lazo entre cliente y producto.

En los modelos de exhibición y comercialización cabe destacar que hay tres tipos de tiendas:

Tienda Antena

Es un modelo para la promoción y venta Directa-Local la cual se vuelve un punto de investigación de mercado y promoción de nuevos productos para capturar la demanda de mercado, es administrada por el Gobierno Local y/o Central. Esta tienda funciona como “transmisor” y “receptor” de información (productos, diseños, diversificación, mercado, entre otros), se pueden encontrar en ella promoción de productos locales, información turística local y una venta directa de productos locales.

Existen factores claves para la gestión exitosa de una tienda antena:

- Ubicación y promoción estratégica;
- Voluntad política y fondo gubernamental;
- Asociatividad de los productores o empresarios;
- Administración directa por los empresarios o productores participantes del movimiento y
- Personas capacitadas en la gestión empresarial.

La rentabilidad de este tipo de tiendas en algunas ocasiones es baja (esto de acuerdo con la zona) ya que no son estructuras directamente para su comercialización.

Tienda Itinerante

Esta tienda busca acercar el producto al consumidor, agrupando los productos identitarios y del movimiento en el mismo lugar para su exhibición y comercialización,

son de carácter temporal y se realizan bajo un concepto de estructura móvil que permite la circulación por diferentes puntos del país.

Las tiendas antenas itinerantes poseen características como:

- Son de carácter temporal y se realizan bajo un concepto de estructura móvil.
- Su objetivo es la comercialización de los productos identitarios y la promoción del movimiento un pueblo u producto.
- Los productos son de la localidad y trazable originalidad e identitario, pero a un costo bajo.
- Tiene una alta rentabilidad.
- Son administradas de forma conjunta entre el gobierno y las organizaciones locales. Especialmente los comités de Un Pueblo Un Producto.
- Por lo general se aprovecha el desarrollo de alguna festividad en los pueblos o algún atractivo turístico del territorio.

Tienda de estación o de carretera.

Estas tiendas tienen por objetivo la comercialización de los productos locales a través de una estructura ubicada en carretas o en las cercanías del lugar de producción, sus instalaciones están pensadas como lugar de descanso para los viajeros en la carreta.

Bajo una lógica de consumo de los productos locales estas instalaciones deben ofertar sus bienes y servicios con identidad, y precios cómodos, deberán cumplir con las necesidades básicas de los viajeros como: un espacio para comida, parqueo, lugar de descanso, baños, factores que se vuelven detonantes.

Las tiendas de carretera o estación poseen las características:

- Instalaciones pensadas como lugar de descanso para los viajeros.
- Su objetivo es la comercialización de los productos locales.
- Productos de la localidad y trazable de originalidad con un precio cómodo.
- Poseen alta rentabilidad.
- Son administradas por una estructura organizativa local (llámese comité un pueblo un producto)
- Están ubicadas en carretera o en las cercanías de la producción.

Fuentes de Financiamiento.

El Banco de desarrollo de El Salvador El Banco de Desarrollo de El Salvador, BANDESAL, deberá establecer líneas para el financiamiento de la micro y pequeña empresa, incluyendo instrumentos adecuados y accesibles a las empresas propiedad de mujeres emprendedoras y empresarias, para lo cual suscribirá convenios o contratos de operación con los intermediarios financieros que cumplan con los criterios de elegibilidad específicos establecidos, en coordinación con CONAMYPE y acordes a la naturaleza de éstas. (Art.47, Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa)

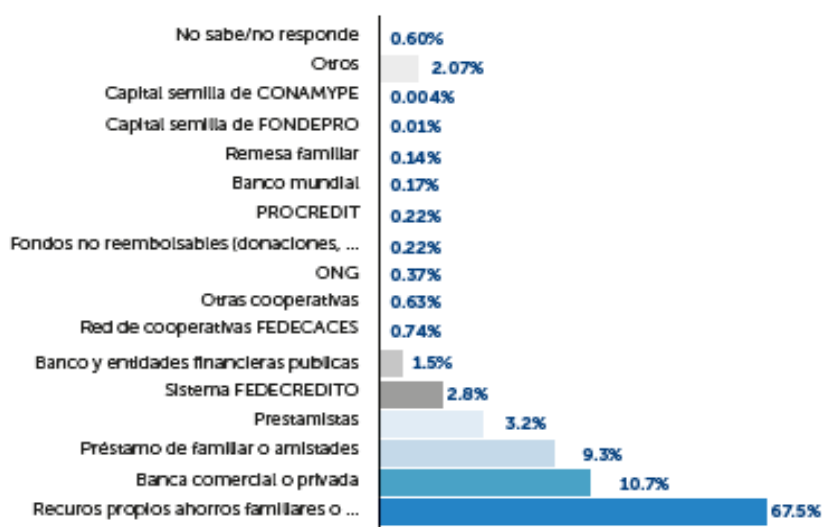
Así mismo también existen otras fuentes de financiamiento de diferentes instituciones financieras Privadas, aun considerándose la micro y pequeña empresa (MYPE) es el principal "motor" de la economía salvadoreña. Sin embargo, la falta de apoyo en cuanto a las fuentes de financiamiento al momento de iniciar un negocio; por lo que la mayoría lo realiza con fondos propios, apoyo de familiares y amistades.

Según (Encuesta Nacional de la Micro Y Pequeña Empresa 2017, P77) " Al analizar a las empresas por principal fuente de financiamiento desde el inicio de sus

operaciones según su tamaño, se encontró que por emprendimiento: el 71.5% de las empresas obtuvo su financiamiento de recursos propios mediante ahorros familiares o personales desde el inicio de sus operaciones, el 7.0% lo obtuvo a través de la banca comercial o privada, 9.3% tuvieron como fuente de sus fondos a familiares y amigos, 3.0% lo hizo a través de un prestamista, 2.9% a través del sistema Fedecredito y el restante 6.3% se financia mediante otros mecanismos tales como bancos y entidades financieras públicas, sistema cooperativo, bancos comunales, ONG, donaciones y otros.”

Ilustración 4 - Fuentes de Financiamiento MYPE

Principal fuente de financiamiento al inicio de las operaciones



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

CAPITULO III

3 Marco Metodológico

3.1. Sistema de Hipótesis

3.1.1 *Hipótesis General*

La falta de financiamiento crediticio de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel, afecta la dinámica financiera y expansión en el mercado.

3.1.2 *Hipótesis Específicas*

Ho.1 Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel, no afecta en el cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión.

Hi.1 Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel, afecta en el cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión.

Ho.2 La falta de acceso a créditos, no limita el financiamiento de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel

Hi.2 La falta de acceso a créditos, limita el financiamiento de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel,

Ho.3 La falta de organización, no limita la expansión de las empresas en el sector artesanal en el Municipio de San Miguel,

Hi.3 La falta de organización limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.

Tabla 4-Cuadro de Operaciones de Variables e Indicadores

VARIABLES GENERALES	
<p>Variable Independiente: Financiamiento Crediticio de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel</p>	<p>Variable Dependiente: Dinámica Financiera y Expansión en el mercado</p>
VARIABLES ESPECÍFICAS	
<p>X₁ Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel</p>	<p>Y₁ Cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión</p>
<p>X₂ Acceso al crédito</p>	<p>Y₂ Financiamiento</p>
<p>X₃ La organización de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel</p>	<p>Y₃. Expansión</p>
TERCER MICROVARIABLES NIVEL	
<p>X₁ Rentabilidad de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel</p>	<p>Y₁ Liquidez</p>
<p>X₂ Facilidad del acceso a Créditos</p>	<p>Y₂ Deuda a Corto y Largo plazo</p>
<p>X₃ Formalización de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel</p>	<p>Y₃ Expansión</p>

3.1.3 Operacionalización de Variables e Indicadores

Tabla 5-Matriz de congruencia.

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores
¿En qué medida la falta de financiamiento crediticio afecta la dinámica financiera y la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel?	Definir si las ventas de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel afectan en el cumplimiento de las obligaciones y necesidades de expansión.	Hi.1 Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel, afecta en el cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión.	V.I Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel	Las ventas es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea (Según Philip Kotler)	Identificación de nuevos mercados Productos de cada empresa	X1 Ingresos. X2 Rentabilidad X3 Proyecciones de ventas
			V.D cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión	Las deudas a corto plazo son las contraídas con terceros por préstamos recibidos y otros débitos no incluidos en otras cuentas de este subgrupo, con vencimiento no superior a un año. Las deudas a largo plazo son préstamos y bonos que tienen vencimiento a	Pago de deuda a corto plazo Pago de deuda a largo plazo	Y1: Ganancias Y2: Cumplimiento de Obligaciones

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores
				<p>más de un año. Estos bonos y préstamos generalmente tienen una tasa de interés más alta, ya que los prestamistas demandan una devolución más alta a cambio de tomar más riesgos por prestar el dinero sobre un largo periodo de tiempo.</p>		
	<p>Identificar si la falta de acceso a créditos de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel limita su expansión.</p>	<p>Hi.2 La falta de acceso a créditos, limita el financiamiento de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.</p>	<p>V.I Acceso al crédito</p>	<p>El crédito es un derecho humano y sus miembros toman las decisiones sobre el destino de sus ahorros, sobre sus solicitudes de crédito o sus inversiones con responsabilidad, basándose en información fiable y suficiente</p>	<p>Identificaciones de instituciones financieras a brindar créditos a las empresas artesanales</p>	<p>X1: Número de empresas artesanales con acceso al crédito. X2: Número de empresas artesanales con Crédito Personal. X3: Número de empresas artesanales con</p>

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores
						garantías de la Empresa.
			V.D Financiamiento	El financiamiento es el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que este lleve en ejecución un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con los proveedores	Estructura de capital de la empresa Fuente de financiamiento Financiamiento a corto plazo Financiamiento a largo plazo Financiamiento Externo Financiamiento Interno	Y1: expansión de la empresa

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición operacional	Indicadores
	Describir como la falta de organización empresarial limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel	Hi.3 La falta de organización limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.	V.I Organización de las empresas. V.D Expansión	La organización de una empresa es un grupo de personas y medios organizados con un fin determinado La dinámica financiera es la forma de obtención de recursos (financiación) para invertirlos, administrarlos y generar liquidez en las empresas para su sostenibilidad	Marco de trabajo Líneas de autoridad Funciones Responsabilidades La previsión y la planificación financiera El empleo del dinero en inversiones La consecución de los fondos necesarios para financiar proyectos Coordinación y control	X1: Formalización de la empresa X2: Plan de negocios X3: Proyecto de inversión Y1: Incremento de Ventas Y2: Apertura de Sucursal Y3: expansión geográfica Y4: Disminución de costos de comercialización

3.2. Método de Investigación

La investigación se realiza bajo el método hipotético deductivo por la elaboración de hipótesis, deducción y propuesta.

3.3. Tipo de Investigación

El tipo de investigación a realizar es cuantitativo, ya que la información a obtener es a través de encuestas para dar respuestas a las variables de la investigación.

3.4. Población y Muestra

3.4.1 Población

La presente investigación se realizará con base a documentación y registros de empresas que tiene la Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa, Información solicitada, por medio de la oficina de información y respuesta OIR.¹⁶

La cual cuenta con una población total:

- El número de empresas del sector artesanal a nivel nacional es de: 177 empresas
- El número de empresas del sector artesanal, departamento de San Miguel es de:
18 empresas
- Los municipios de San Miguel con mayor cantidad de empresas del sector artesanal son:
 - a. Municipio de San Miguel, 15 empresas del sector artesanal,
 - b. Municipio de Chapeltique, 1 empresa del sector artesanal,
 - c. Municipio de El Transito, 1 empresa del sector artesanal,
 - d. Municipio de Nueva Guadalupe, 1 empresa del sector artesanal.

¹⁶ Ver ANEXO-1

La investigación se delimita geográficamente en el municipio de San Miguel y se realiza a 12 empresas por encontrarse 3 empresas inactivas, por lo que se toma la población total de 12 empresas del sector artesanal.

3.5. Técnica

Para efecto de ordenar, clasificar y disponer la información que se encuentra en La Comisión Nacional de la Pequeña y Mediana Empresa, se utiliza la técnica de la encuesta.

3.6. Instrumento

El cuestionario será el instrumento mediante el cual se sintetizará la información completa y obtenida a fin de ser utilizada en este estudio, diseñado por Ítems, mismo que parten de los indicadores establecidos.¹⁷

3.7. Procedimientos

3.7.1 Validación del instrumento

- Para la validación del cuestionario se realiza una prueba piloto con la población total de las empresas artesanales del municipio de San Miguel.

3.7.2 Captura de datos

- Se realizó la encuesta a los representantes y/o dueños de las empresas del sector artesanal del municipio de san miguel y el mecanismo que se utilizó para la captura fue en Google Forms.

¹⁷ Ver ANEXO-2- Instrumento-Cuestionario

3.8. Procesamiento de datos

- La información base para este estudio se desarrolló a través de tablas y gráficos del programa Excel con lo cual se podrá comparar y realizar el análisis de los resultados con base al comportamiento de las variables.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo contiene el análisis estadístico e interpretación de resultados obtenidos, de la muestra seleccionada de las empresas del sector Artesanal en el Municipio de San Miguel, esta encuesta se realizó mediante la aplicación de Google Forms, que permite Crear formularios personalizados para encuestas y cuestionarios.

4.1. Análisis Estadístico

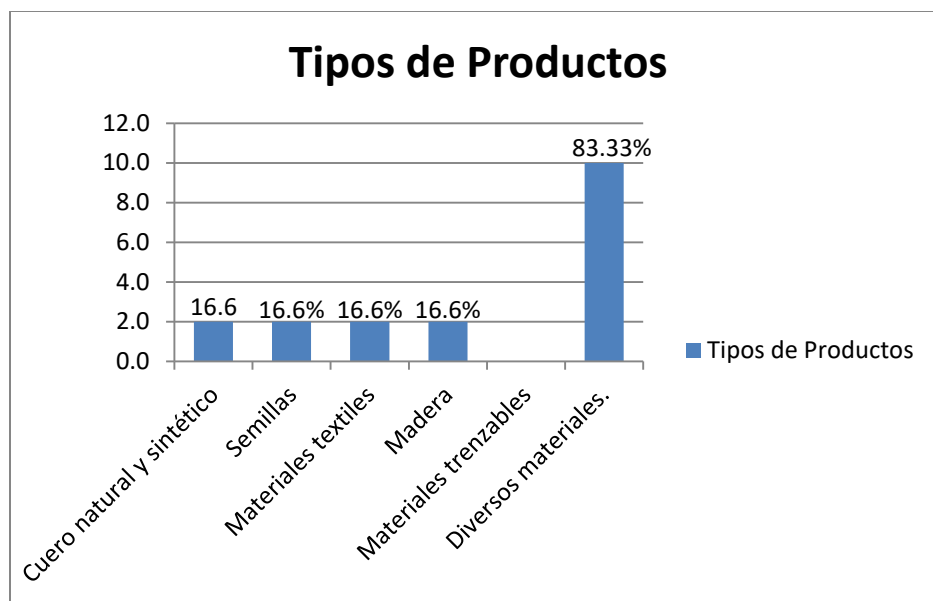
El análisis realizado se hace por cada una de las interrogantes del cuestionario aplicado a 12 empresas del sector Artesanal en el Municipio de San Miguel, los cuales se muestran a continuación.

4.2. Estructura de Análisis Estadístico

Sección 1: Producto/Ventas

PREGUNTA #1. ¿Cuál es el tipo de productos artesanales que comercializa la empresa?

OBJETIVO: Conocer sobre el tipo de productos artesanales que se comercializan en el sector artesanal en el Municipio de San Miguel.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuero natural y sintético	2	16.6 %
Semillas	2	16.6%
Materiales textiles	2	16.6%
Madera	2	16.6%
Materiales trenzables	0	0
Diversos materiales.	10	83.33%
TOTAL		

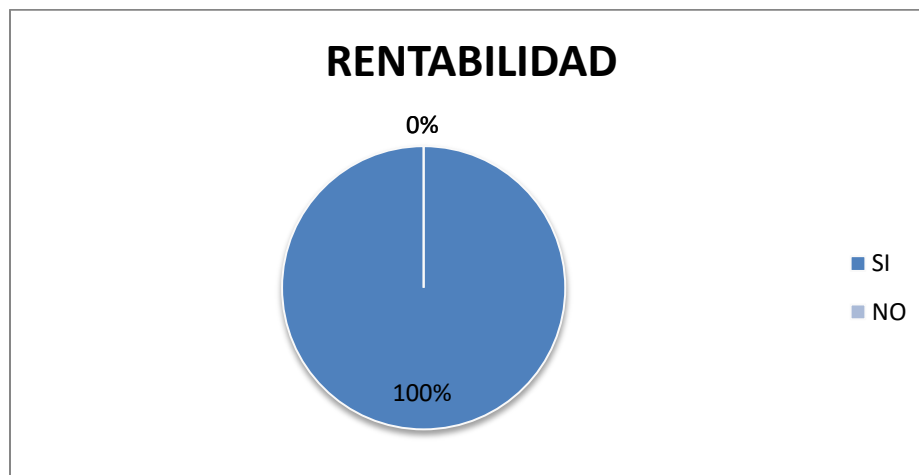
Nota 1: El Total sobrepasa el 100% porque la pregunta es de alternativa múltiple

ANALISIS: En la Investigación realizada se tomaron opciones de productos generalizados respecto a su material (fibra natural o sintético, diversos) sobresaliendo Diversos Materiales como producto en un 83.33% de las empresas.

INTERPRETACION: Entre los tipos de productos artesanales cabe destacar que la mayoría de las empresas comercializan más de dos productos y estos los hace más competitivos en el sector por su variedad y alternativas de productos para poder incrementar sus ingresos.

PREGUNTA # 2. ¿Su empresa es rentable, obtiene ganancias?

OBJETIVO: Obtener información si las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel son rentable y obtienen ganancias.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI*	12	100 %
NO	0	0%
TOTAL	12	100%

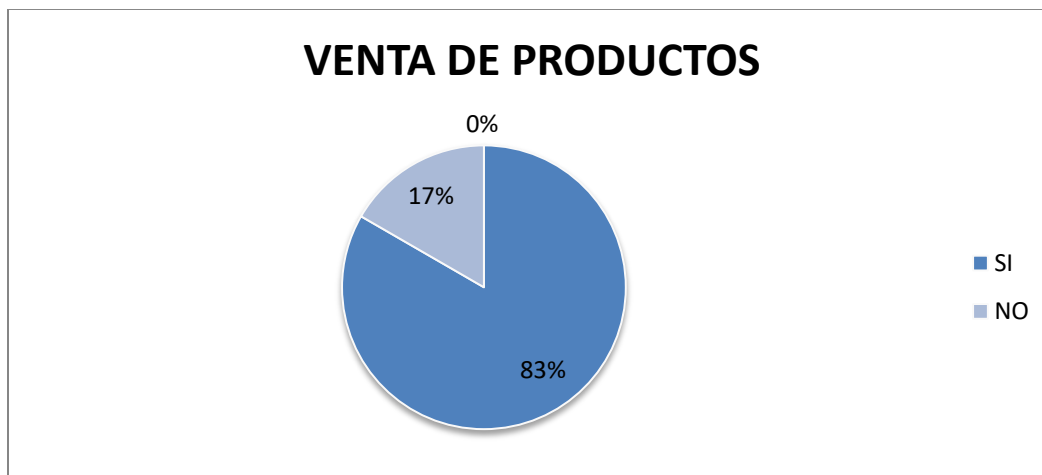
*NOTA 2: La muestra se reduce a los dos elementos muestrales que respondieron afirmativamente la pregunta anterior.

ANALISIS: El 100% de las empresas del sector artesanal encuestadas son rentables y obtienen ganancias.

INTERPRETACION: El sector artesanal a lo largo de la historia su variedad de productos le permite generar diversos ingresos que hacen cubrir sus costos y percibir utilidad.

PREGUNTA #3. ¿La venta de los productos que comercializa le permite cumplir con las obligaciones financieras de la empresa?

OBJETIVO: Determinar si la venta de los productos que comercializan las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel les permite cumplir con las obligaciones financieras de la empresa.



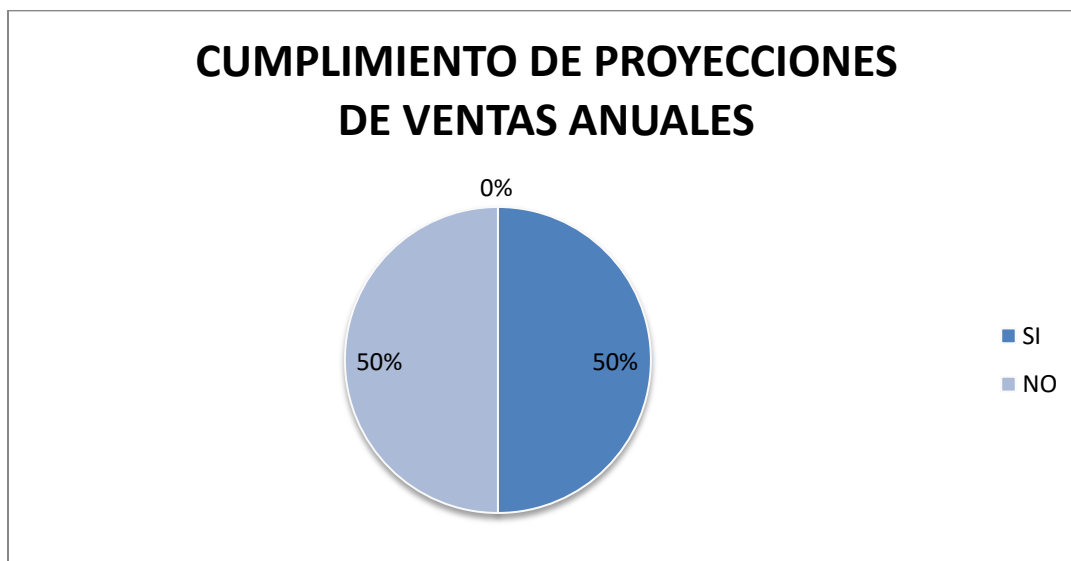
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83 %
NO	2	17%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El 83% de las empresas encuestadas es representativo y determina que las ventas les permiten cumplir con las obligaciones financieras, sin embargo, un 17% de las empresas no les permite el cumplimiento de las obligaciones financieras.

INTERPRETACION: Las obligaciones financieras de una empresa se presentan al final de cada mes, las cuales son muy importante cubrirlas para que la operatividad no se vea afectada, el sector artesanal la mayoría de las empresas cubren con sus costos financieros, sin embargo, las empresas que no logran cumplir van trasladando sus deudas al próximo mes, incrementando sus intereses.

PREGUNTA #4. ¿Las proyecciones de ventas del año están cumpliendo sus expectativas?

OBJETIVO: Identificar si las proyecciones de ventas del año están cumpliendo las expectativas de las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	50 %
NO	6	50%
TOTAL	12	100%

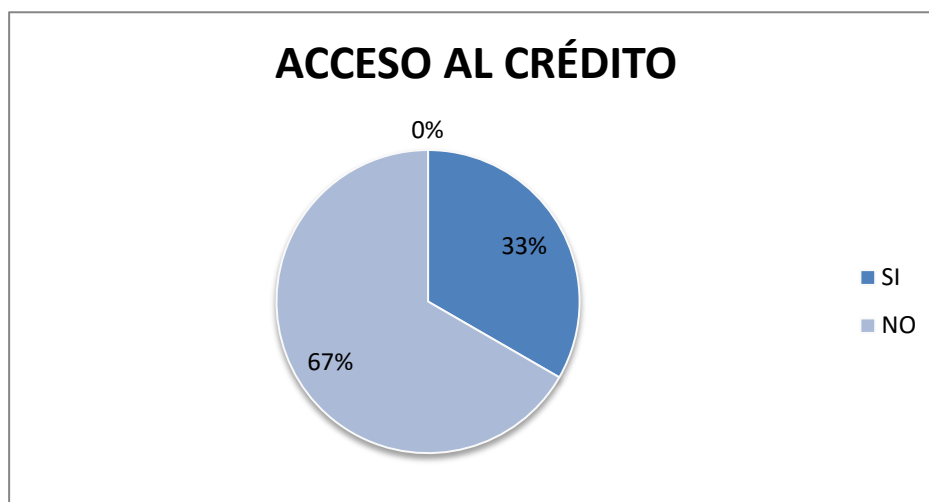
ANALISIS: En el estudio se puede identificar que el 50% de las empresas del sector artesanal las proyecciones de ventas del año están cumpliendo las expectativas, sin embargo, el otro 50% de las empresas las proyecciones de ventas del año no están cumpliendo las expectativas.

INTERPRETACION Las proyecciones de ventas no son las mismas para todas las empresas del sector artesanal algunas tienen limitadas sus expectativas y en otras tienden a variar de acorde a los cumplimientos de la demanda.

Sección 2: Acceso a Crédito/Financiamiento

PREGUNTA #5. ¿Las instituciones financieras facilitan el acceso al crédito a su empresa?

OBJETIVO: Indagar si las instituciones financieras facilitan el acceso para créditos a las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel.



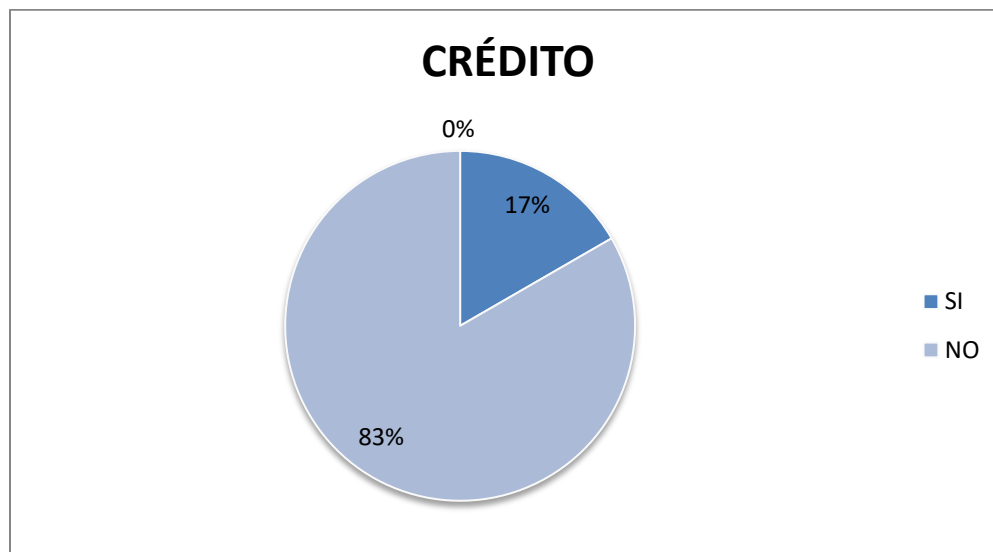
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	33 %
NO	8	67%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El estudio determina que el 67% de las empresas del sector artesanal encuestadas, las instituciones financieras no les facilitan el acceso a créditos, mientras que un 33% manifiesta que sí se les facilitan el acceso a crédito.

INTERPRETACION: La facilidad para el acceso al crédito es una de las limitantes que la mayoría de las empresas del sector artesanal tiene en la actualidad por el cumplimiento de los requisitos para poder optar a un crédito, lo que impide el crecimiento en el sector; y no puedan cubrir las necesidades del mercado.

PREGUNTA #6 ¿Cuenta la empresa con algún préstamo?

OBJETIVO: Identificar si las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, cuentan con préstamo financiero.



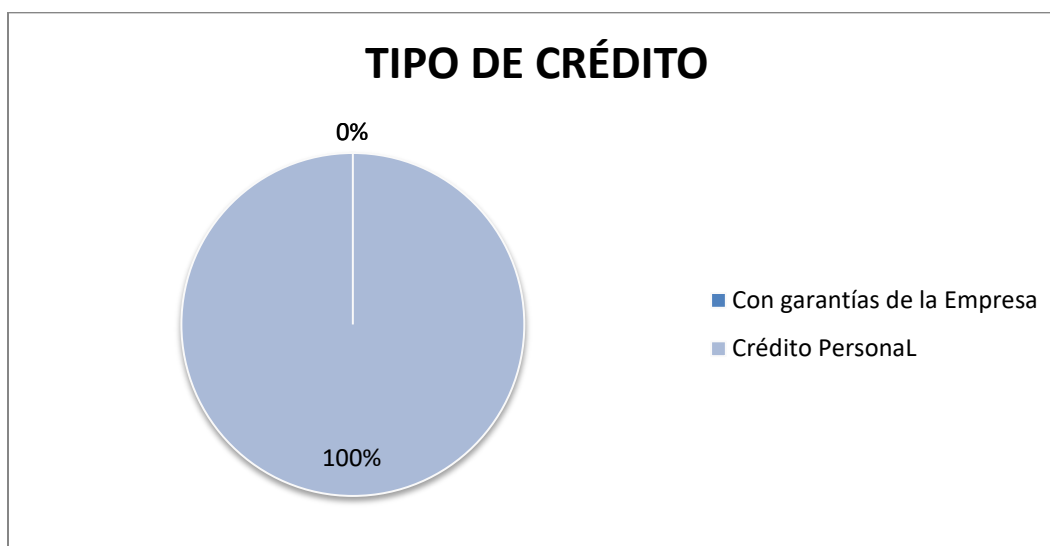
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	17 %
NO	10	83%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El 83% de las empresas encuestadas no cuentan con Crédito, sin embargo, el 17% si cuenta con Crédito.

INTERPRETACION: La Empresas que cuentan con Crédito son un porcentaje mínimo, por la dificultad para el acceso al crédito, razón por la cual la mayoría trabaja con capitales propios o prestamos de familiares, limitando sus oportunidades de crecimiento y de cubrir las necesidades del mercado.

PREGUNTA #6-1 Si su respuesta anterior es “Sí” Facilitan a empresas como la suya la obtención de créditos, este crédito es:

OBJETIVO: Identificar qué tipo de crédito es con el que cuentan las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	100 %
NO	0	0%
TOTAL	2	100%

*NOTA 3: La muestra se reduce a los dos elementos muestrales que respondieron afirmativamente la pregunta anterior.

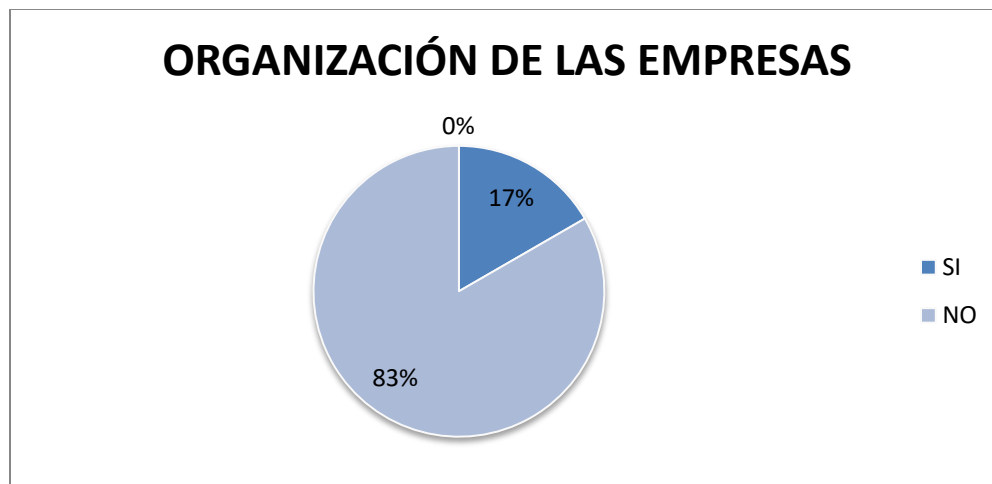
ANALISIS: De las 2 empresas del sector artesanal que respondieron que tenían crédito este es a un 100% crédito personal y no por medio de su empresa.

INTERPRETACION: Las empresas del sector artesanal no cuenta con una estructura y procedimientos internos, así como su información financiera para que sean soporte de acceso al crédito de empresas en las instituciones financieras.

Sección 3: Expansión

PREGUNTA #7 ¿Las empresas en el sector artesanal en el Municipio de San Miguel están organizadas?

OBJETIVO: Identificar si están organizadas las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, cuentan con préstamo financiero.



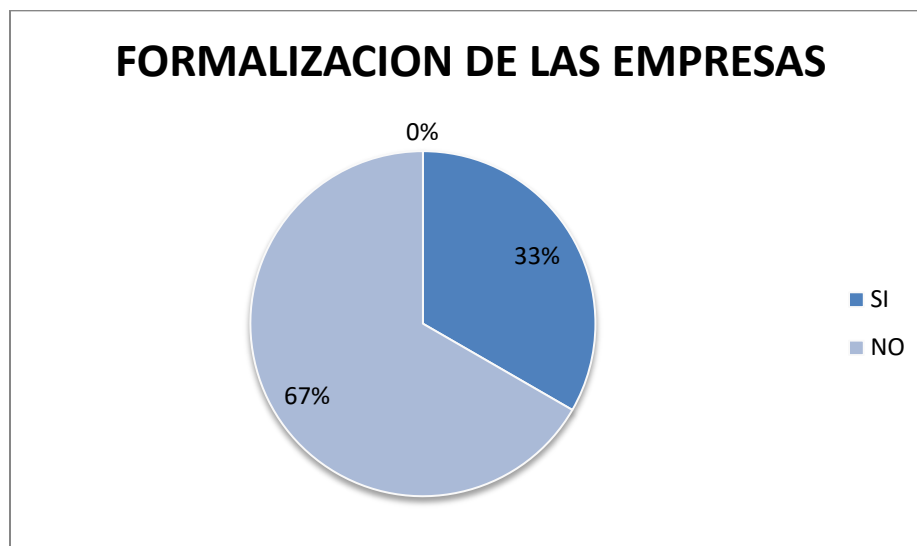
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	17%
NO	10	83%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: Al realizar el análisis de los datos de la tabla y en la representación gráfica se puede observar que el 83% de las empresas encuestadas no están Organizadas, sin embargo un 17% de las empresas del sector artesanal si están organizadas.

INTERPRETACION: La organización de una empresa es importante la cual da la pauta para definir el tamaño de la empresa y da facilidad al flujo de comunicación de comunicación de la misma, es importante para el acceso al crédito tener definido la estructura organizativa y los procedimientos de la empresa artesanal.

PREGUNTA #8 ¿La Empresa esta formalizada, es decir está inscrita en CNR y paga impuestos?

OBJETIVO: Identificar si están formalizadas las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, cuentan con préstamo financiero.



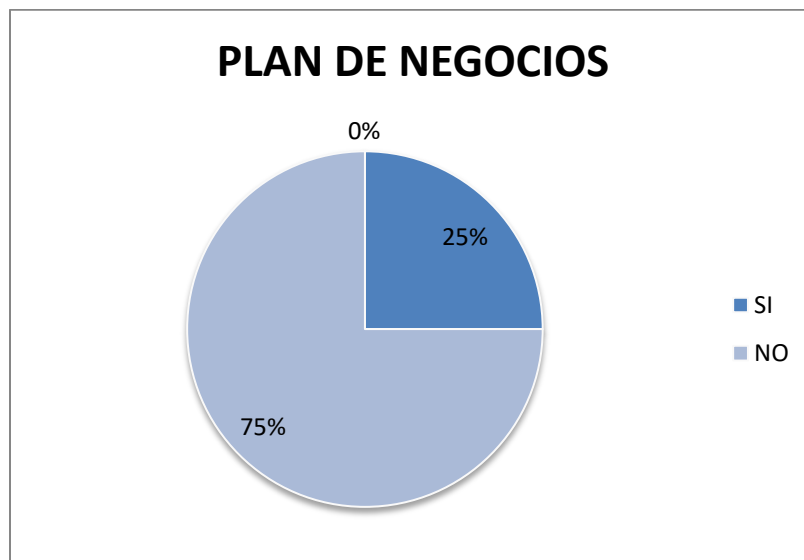
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	33 %
NO	8	67%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El 33% de las empresas encuestadas están formalizadas, cuentan con registro en el CNR y paga impuestos, mientras que un 67% no están Formalizadas.

INTERPRETACION: La formalización en la empresa artesanal es muy importante para dar mayor soporte y agilizar los procesos para acceder al crédito en las instituciones financieras.

PREGUNTA #9 ¿La empresa cuenta con un plan de negocios?

OBJETIVO: Determinar si cuentan con un Plan de Negocios las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, cuentan con préstamo financiero.



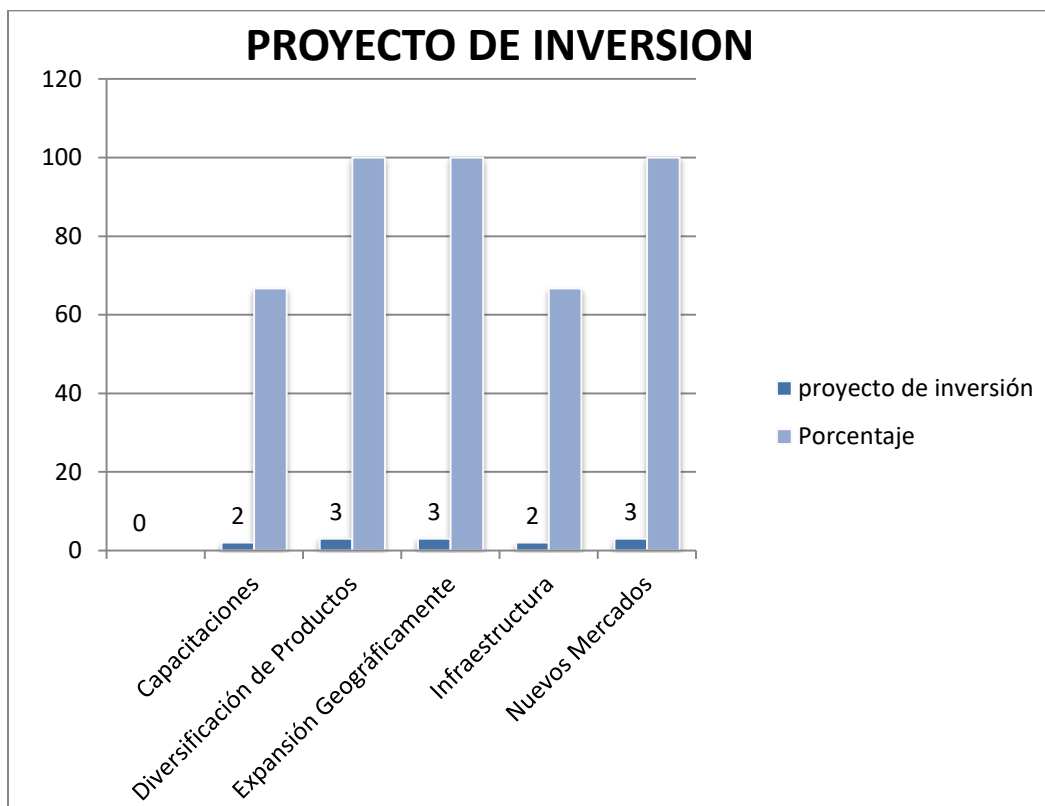
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	25 %
NO	9	75%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El 75% de las empresas artesanales encuestadas no cuentan con un Plan de Negocios que establezca los objetivos y estrategias de la empresa, sin embargo, se puede observar que un 25 % si cuenta con un Plan de Negocios en su Empresa.

INTERPRETACION: Es necesario establecer un Plan de Negocios en las empresas artesanales para proyectar una expansión, dando cumplimiento a sus objetivos y estrategias que permitan comercializar sus productos y satisfacer las necesidades de los clientes de productos artesanales.

PREGUNTA #9-1 Si su respuesta anterior es "Sí "¿En su plan de Negocios cuenta con un Proyecto de inversión?

OBJETIVO: Identificar qué tipo de proyecto de inversión tienen en el Plan de Negocios, las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capacitaciones	2	67 %
Diversificación de Productos	3	100 %
Expansión Geográficamente	3	100 %
Infraestructura	2	67 %
Nuevos Mercados	3	100 %
TOTAL		

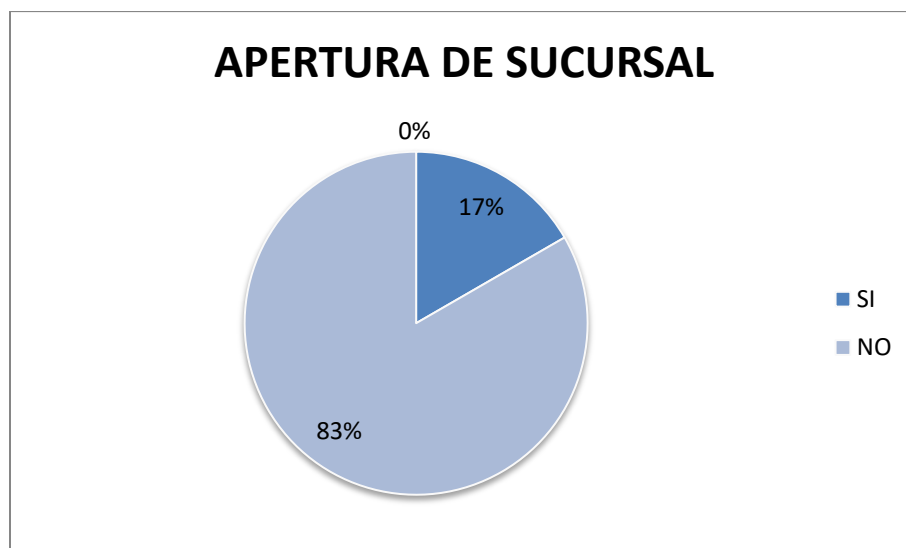
*Nota 2: El Total sobrepasa el 100% porque la pregunta es de alternativa múltiple

ANALISIS: En el estudio se determinaron opciones de inversión que puede tener el sector artesanal dentro de las cuales las más representativas dentro del 25% de los encuestados fue la diversificación de productos, expansión geográficamente y nuevos mercados.

INTERPRETACION: Es importante considerar que no es representativo las opciones de inversión ya que un porcentaje pequeño del sector ha tenido acceso a realizar este tipo de inversiones pero es necesario incrementar la inversión en estos tipos de proyecto para satisfacer las necesidades del que compra los productos artesanales.

PREGUNTA #10 ¿Cuenta con el financiamiento para abrir otra sucursal?

OBJETIVO: Conocer si la empresa cuenta con el financiamiento que le permite abrir otras sucursales a las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel.



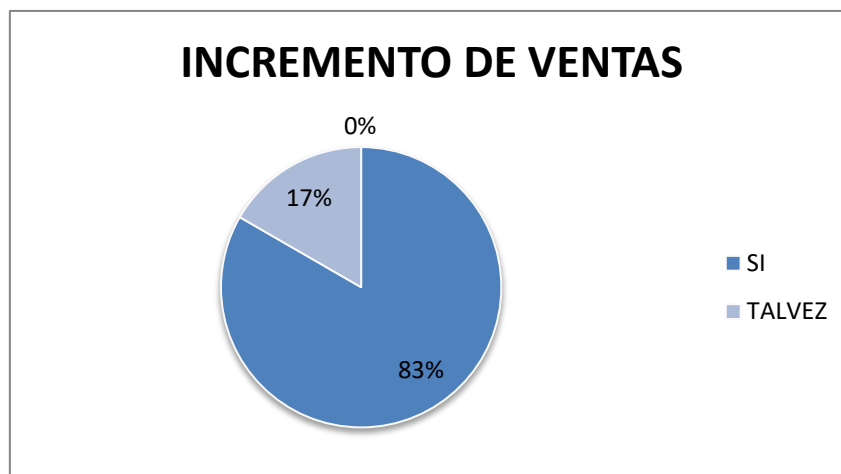
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	17 %
NO	10	83%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: El 83% de las empresas encuestadas no cuentan con financiamiento, por lo cual no les permite tener la oportunidad para la apertura nuevas sucursales, mientras que un 17 % de las empresas si cuentan con financiamiento y les permite aperturas de nuevas sucursales.

INTERPRETACION: Las empresas artesanales están limitadas con el financiamiento factor que no le permite expandirse, y no pueden utilizar su capital para abrir otra sucursal porque prácticamente dejarían de operar.

PREGUNTA #11 ¿Considera que puede incrementar sus ventas al expandirse geográficamente su empresa?

OBJETIVO: Conocer si al expandirse geográficamente las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, pueden incrementar sus ventas.



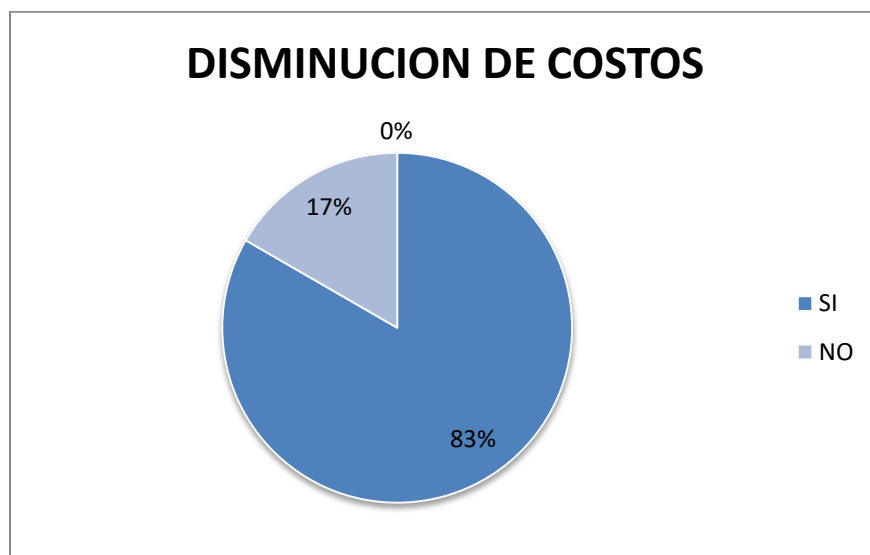
OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83 %
NO	0	0%
TALVEZ	2	17%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: Es representativo que el 83% de las empresas encuestadas consideran que sus ventas pueden incrementar al expandirse geográficamente, sin embargo un 17% No considera que puedan incrementar sus ventar al realizar la expansión geográfica.

INTERPRETACION: La expansión geográfica es de vital importancia en las empresas artesanales ya que permiten dar a conocer sus productos en otros municipios o departamentos y la mayoría de las empresas consideran que se les incrementaría las ventas ya que hay muchos sectores que no han conocido sus productos.

PREGUNTA #12 ¿Considera que la expansión de la empresa puede bajar los costos de comercialización por logísticas de entrega, compras de materia prima y otros?

OBJETIVO: Conocer sí al expandirse las empresas del sector artesanal del Municipio de San Miguel, pueden bajar los costos de comercialización por logísticas de entrega, compras de materia prima y otros.



OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	83 %
NO	2	17%
TOTAL	12	100%

ANALISIS: En el entender de los empresarios artesanales el 83% de las empresas encuestadas considera que la expansión de la empresa puede bajar los costos de comercialización por logísticas de entrega, compras de materia prima y otros, sin embargo un 17% de las empresas del sector artesanal al expandirse no les beneficiaría en la disminución de los costos.

INTERPRETACION: En las empresas artesanales es importante considerar que la expansión beneficia ya que permite reducir los costos de transporte a nivel de proveedores y clientes y establece mejores rutas de optimización con el objetivo de maximizar las ganancias y disminuir los costos.

4.3. Conclusiones

La Investigación fue diseñada para determinar la necesidad de la dinámica financiera de las empresas del sector artesanal y en su efecto promover la expansión en el municipio de San Miguel. Actualmente el consumo se ve afectado por la pandemia del COVID-19 ya que el mercado opta por las necesidades básicas, por los problemas económicos que cada familia afronta, dejando lo artesanal en una opción de segundo o tercer plano.

De acuerdo con los resultados obtenidos por la investigación se concluye:

- El sector artesanal en el municipio de San Miguel tiene una gran variedad de productos artesanales.
- Las empresas del sector artesanal son rentables.
- La mayor parte de las empresas del sector artesanal cumple con las obligaciones financieras.
- El 67% de las empresas del sector artesanal en el municipio de San Miguel no tienen accesibilidad para obtener créditos por medio de las instituciones financieras, al no tener opciones tienden a tomar créditos personales, familiares y terceras personas.
- El 83% de las empresas del sector artesanal no cuenta con créditos y el 17% cuenta con préstamos personales.
- El 83% de las empresas artesanales no están organizadas.
- El 67% de las empresas artesanales no están formalizadas.

- El plan de negocios es importante para el sector artesanal para el acceso a crédito, pero el 75% de las empresas artesanales no cuenta con un plan de negocio.
- La expansión geográfica, nuevos mercados y diversificación de productos son los proyectos de inversión que tienen como objetivo las empresas del sector artesanal.
- La empresa artesanal no tiene oportunidades de abrir otras sucursales ya que el 83% de estas no tiene acceso al financiamiento para proyectos de expansión.
- La mayoría de las empresas del sector artesanal están claros que al expandirse geográficamente incrementan las ventas.
- El 83% de las empresas artesanales consideran que la expansión reduce los costos logística y transporte.

Por lo tanto, se aprueban las siguientes hipótesis:

Hi.1 Las ventas de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel, afecta en el cumplimiento de sus obligaciones y sus necesidades de expansión.

Hi.2 La falta de acceso a créditos, limita el financiamiento de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.

Hi.3 La falta de organización limita la expansión de las empresas del sector artesanal en el Municipio de San Miguel.

4.4. Recomendaciones

- En el Municipio de San Miguel las empresas del sector artesanal les conviene el financiamiento para su expansión; y más con el efecto de la pandemia; ya que las proyecciones de ventas se han ido reduciendo y por ello es necesario dinamizar financieramente a los artesanos. De acuerdo con los resultados obtenidos se recomienda:
- Las empresas artesanales les conviene estar organizadas y formalizadas para que tengan facilidad de acceso a créditos bancarios, así como tener su plan de negocios que permita visualizar la ventaja competitiva de cada una en el sector y desarrollar las estrategias para cumplir con los objetivos de la empresa artesanal.
- La expansión geográficamente es de mucha importancia para el sector artesanal para incrementar sus ventas y abrir nuevos mercados que permitan consumir la variedad de productos.
- Aplicar la propuesta que se presenta en la investigación la cual responde a las necesidades propias del sector artesanal.

CAPITULO V

5. "Propuesta De Plan De Negocios Para Las Empresas Del Sector Artesanal Del Municipio De San Miguel"

5.1. Introducción

Los planes de Negocios en las Empresas del Sector Artesanal son de vital importancia ya que contribuyen en el correcto funcionamiento de la empresa, el cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo de la empresa.

A partir del análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se realiza la siguiente propuesta para contribuir a las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel: Plan de Negocios, que permita ejecutar estrategias de comercialización, a través de la incorporación de un Plan Administrativo, Plan de Mercado, Plan Operativo y Plan Financiero; que será de beneficio principalmente para el propietario, administrador y personal de la empresa, ya que son los encargados de la operatividad y funcionamiento de la empresa.

El Plan Administrativo; describe la estructura organizacional de la empresa, las funciones de los empleados, los requerimientos sugeridos para un perfil de puesto, el proceso de selección de personal, el proceso de inducción y capacitación del personal de la empresa.

El Plan de Mercado, describe los beneficios del producto, su diseño, características, entre otros que determinan el precio, la estrategia de distribución o plaza, que se refiere a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final; la estrategia de promoción que consiste en comunicar y dar a conocer al mercado objetivo de la empresa.

El Plan Operativo, describe los procesos productivos y/o de comercialización de los productos, que incluye los procesos de compra de sus proveedores, detalla formas de pago y créditos, controles de calidad que garantice el correcto funcionamiento de la empresa.

El Plan Financiero, permite calcular fundamentalmente, los costos totales de la producción, la estructura financiera, si es viable la operatividad financiera.

5.2. Objetivos de la Propuesta

5.2.1 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel, que permita crear nuevas estrategias administrativas, de mercadeo, operativas y financieras para obtener mejores oportunidades de expansión.

5.2.2 Objetivos Específicos

- Diseñar un plan administrativo enfocado en recursos humanos de las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel.
- Elaborar un plan de mercado que permita aumentar las ventas de los productos artesanales a través de nuevos segmentos de mercado en el municipio de San Miguel.
- Elaborar un plan operativo de las principales actividades de producción y/o comercialización de las empresas del sector artesanal del municipio de San Miguel.
- Diseñar un plan financiero para la administración eficiente de los recursos que acompañe la expansión de la empresa artesanal del municipio de San Miguel.

5.3. Plan Administrativo

Describe la estructura organizacional de la empresa, las funciones de los empleados, los requerimientos sugeridos para un perfil de puesto, el proceso de selección de personal, el proceso de inducción y capacitación del personal.

5.3.1 Descripción de la Empresa

- Nombre de la Empresa
- Giro : Comercializadores de Productos Artesanales.
- Número de Empleados.
- Contacto

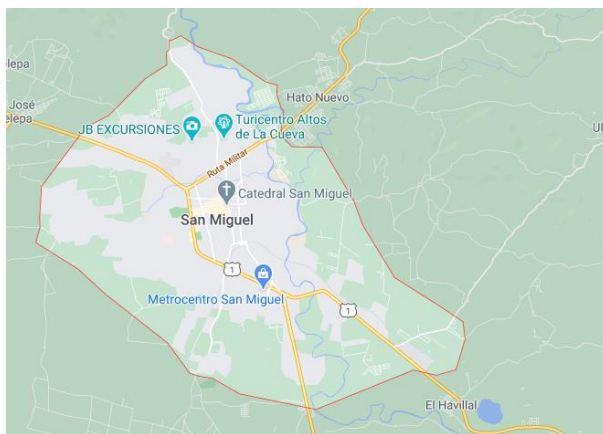
Email:

Teléfono:

- Ubicación

Dirección de la empresa.

Ilustración 5 Ubicación Geográfica de la Empresa



Fuente: [https://www.google.com/maps/place/San+Miguel/@13.4829436,-](https://www.google.com/maps/place/San+Miguel/@13.4829436,-88.1925178,12.5z/data=!4m5!3m4!1s0x8f7b2a70bc830dab:0x76ac9c406eec5592!8m2!3d13.4792922!4d-88.1779182)

[88.1925178,12.5z/data=!4m5!3m4!1s0x8f7b2a70bc830dab:0x76ac9c406eec5592!8m2!3d13.4792922!4d-](https://www.google.com/maps/place/San+Miguel/@13.4829436,-88.1925178,12.5z/data=!4m5!3m4!1s0x8f7b2a70bc830dab:0x76ac9c406eec5592!8m2!3d13.4792922!4d-88.1779182)

[88.1779182](https://www.google.com/maps/place/San+Miguel/@13.4829436,-88.1925178,12.5z/data=!4m5!3m4!1s0x8f7b2a70bc830dab:0x76ac9c406eec5592!8m2!3d13.4792922!4d-88.1779182)

5.3.2 Filosofía De La Empresa

Visión

Ser una Empresa líder en la producción y comercialización de productos artesanales de la Zona Oriental de El Salvador.

Misión

Somos una Empresa que produce y comercializa productos artesanales, elaborados con creatividad, innovando constantemente para ofertar productos de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes del municipio de San Miguel.

Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Creatividad
- Integridad
- Trabajo en Equipo

Objetivos Estratégicos

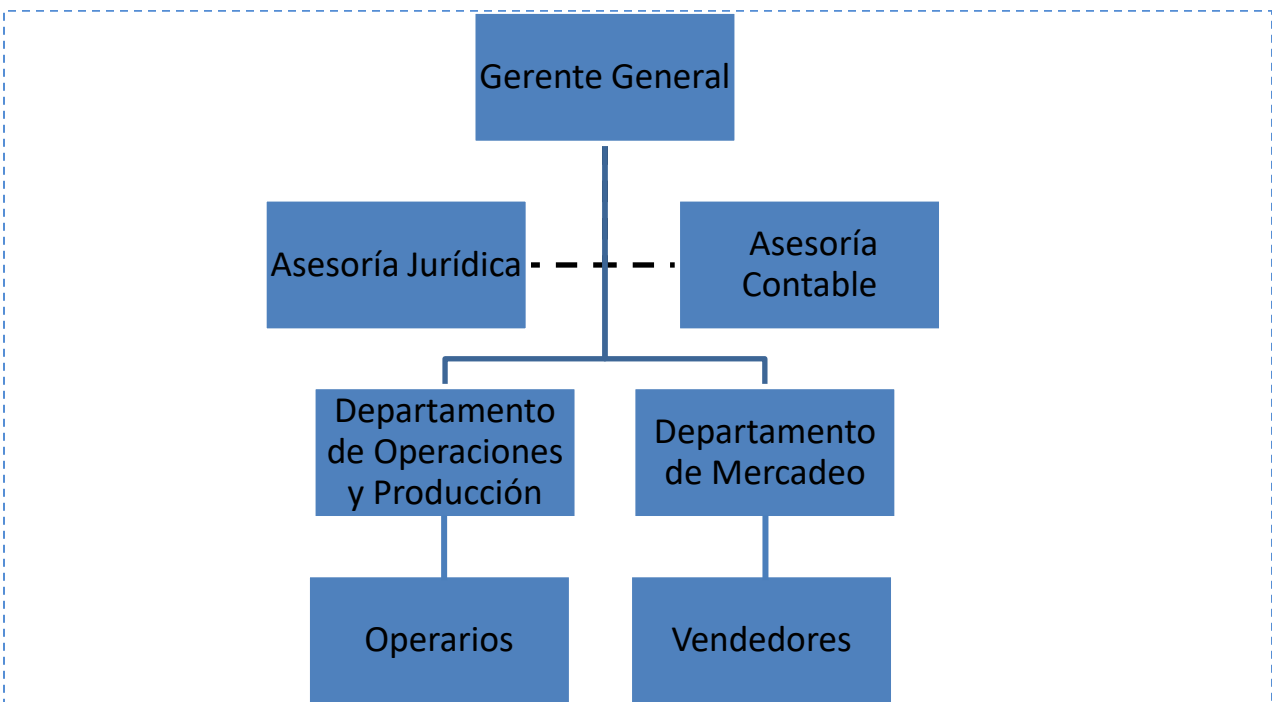
- Optimizar los procesos de producción y/o comercialización mediante el mejoramiento de los procesos de control de calidad, logística e inventario de productos.
- Acrecentar mejorando las estrategias de comercialización.
- Diversificar nuevos segmentos de mercado a nivel nacional en un corto plazo, para obtener mayor rentabilidad de la empresa.
- Capacitar continuamente al personal al menos cada seis meses.

5.3.3 Organización Interna de la Empresa

5.3.3.1 Estructura Organizativa

Las empresas deben tener su estructura organizacional de tipo jerárquica; en el cuál la Gerencia General, es responsable de la toma de decisiones estratégicas; ya que conoce toda la información para delegar indicaciones hacia sus dependencias, de acuerdo a las necesidades de la empresa; se debe contar Asesoría Jurídica y contable externa; para procedimientos legales y de contabilidad de la empresa, se sugiere la creación de dos áreas funcionales: Departamento de Operaciones y Producción y Departamento de Mercadeo; existiendo un flujo de información lineal desde el Gerente General hasta los Jefes de Departamentos, quienes delegan las funciones y procedimientos a sus subordinados.

Ilustración 6 Organigrama Propuesto



Fuente: Elaboración propia de Equipo de Investigación.

- **Gerente general:**

Funciones:

- Responsable de la administración de la empresa, de la planeación, organización, integración, dirección, control y el desarrollo de esta, cuidando que las distintas áreas lleven a cabo sus funciones, que se cumplan los objetivos de manera que el desempeño de la empresa en general sea de alta calidad y satisfactorio.
- Responsable del reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal así mismo de la capacitación y adiestramiento, y de las relaciones laborales.

- **Asesoría Jurídica:**

El servicio de Consultoría Jurídica externa, tiene como objeto el asesoramiento en materia legal en cualquiera de las ramas del Derecho para ayudar a dilucidar y resolver asuntos legales de la empresa.

- **Asesoría Contable:**

El servicio de asesoría contable realiza las operaciones financieras que ocurran en la empresa, mantener la contabilidad del negocio al día, reportar mensualmente los estados financieros y proporcionar los análisis financieros de la empresa.

- **Departamento de Operaciones y Producción:**

Funciones:

- Elaborar los productos artesanales acorde a las necesidades de los clientes y establecer un nexo entre el vendedor y jefe de ventas, así como el de

logística y compras, para solicitar recursos: Materia prima, necesidades y diseños.

- Realizar negociaciones con los proveedores que cumplan con los requerimientos de la empresa, en cuanto a precio, calidad, garantías y cantidades. Garantizar que la documentación de compra sea adecuada facturación y cuentas por pagar; realizar la logística de transporte de materiales de compra a proveedores y de entrega de productos a clientes.
- **Departamento de mercadeo:**

Funciones: se ocupará del Plan de marketing, las estrategias de mercado, como son el diseño de publicidad y estrategias de mercado digital mediante la promoción de los productos, con el fin de difundir de manera rápida el producto e incrementar las ventas.

- **Jefe de ventas:**

Planifican, organizan y supervisan el trabajo de los equipos de ventas y/o vendedores de las empresas, sin salirse de un presupuesto acordado.

Establecen los objetivos de ventas para el equipo y evalúan los logros del departamento. Establece contrato y seguimiento con los distribuidores de productos de la empresa.

- **Vendedores:**

Funciones: Responsables de las ventas diarias y atender al cliente, recoger los pedidos de los clientes y distribuidores.

Requerimientos Sugeridos para un Perfil de Puestos de Trabajo

Con el propósito de normalizar la asignación de funciones del personal de la empresa, se debe elaborar un Descriptor del Puesto del Trabajo, el que detalla las funciones y responsabilidades por cada uno de los empleados en la áreas laborales de la empresa; se realiza por medio de un documento escrito, dónde también describe las Competencias del Puesto, el nivel académico requerido, conocimientos, experiencia, habilidades y actitudes personales.

- **Identificación**

Detalla, los datos generales del puesto de trabajo: Nombre del puesto, Nombre del puesto, Jefe Inmediato, departamento o área a la que pertenece, puestos bajo su supervisión y la fecha de asignación de las actividades.

- **Descripción de Funciones**

Define el Objetivo Principal del Puesto De Trabajo, que detalla cuál es el resultado que debe obtener en el desempeño de las funciones y responsabilidades el empleado.

- **Competencias del Puesto**

Detalla el Nivel académico requerido del puesto de trabajo a desempeñar; la experiencia, con base a trabajos o puestos anteriores al cargo actual, este puede ser interno o externo de la empresa o sino requiere experiencia, puede omitirse el apartado; así también los conocimientos, habilidades y actitudes personales que se requieren en el puesto, con el objeto de desempeñar satisfactoriamente y que continuamente pueden ser mejorados mediante capacitaciones.

5.3.3.2 Proceso de Selección De Personal

Reclutamiento

Puesto vacante: puesto laboral que no es ocupado por nadie.

Requisición: Una vez que se cuenta con un puesto vacante, se da a conocer de la existencia de este, que se puede realizar por medio de convocatoria, quien provee dicha información es el jefe inmediato que solicita el puesto, posteriormente, es enviado al departamento o encargado para ejecutar el proceso de selección.

Proceso de Selección

- Establecer contacto con los candidatos preseleccionados, en el que se contacta a los candidatos para evaluar sus intereses y realizarles evaluación.
- Aplicación de pruebas (evaluaciones): Estas se realizan con base al cargo y área, donde se puede aplicar de dos a más pruebas a los candidatos.
- Entrevista: Los candidatos evaluados serán seleccionados para la entrevista, se selecciona a los candidatos para entrevista en el que se conforma una terna para el proceso de entrevista.
- Realización de entrevista técnica: el candidato se citará a entrevista con el encargado del área solicitante, la entrevista permitirá conocer, indagar y tener más información del candidato, evaluar su capacidad y motivación para el puesto de trabajo.
- Informe de Candidatos, se consolida todos los datos de cada uno de los candidatos y se realiza un informe con los pros y contras de cada uno de ellos.

- Toma de decisiones, se elige a uno de todos los candidatos presentados, con base al que más se ajuste al perfil que busca la empresa.

5.3.3.3 Proceso de Contratación

- Oferta Salarial: Al candidato seleccionado se le presentará la oferta salarial correspondiente al cargo, la cual contiene todos aquellos beneficios que ofrece la empresa.
- Firma del contrato de trabajo: estando de acuerdo con las condiciones de trabajo ambas partes, patrón empleado procede a la firma del contrato.

5.3.3.4 Proceso de Inducción

- Responsabilidad: Gerente General
- Duración: 1 Día
- Para el proceso de inducción se ejecutará en tres etapas básicas:
- Inducción general sobre el proceso productivo y/o comercialización de la empresa.
- Inducción específica sobre aspectos importantes del cargo a desempeñar.
- Seguimiento de la inducción.

Inducción General

En la inducción el Gerente General se reunirá con el nuevo personal y le proporcionará la información de la empresa. En ella se ven los siguientes aspectos básicos:

- Estructura Organizativa, la visión, la misión, valores y los objetivos estratégicos de la empresa.
- Los aspectos relativos a la relación contractual laboral.

- Entrega de Programación del entrenamiento que se recibirá con base a su cargo. Se le brinda información sobre la forma en que será entrenado en su cargo, el responsable, las actividades a desarrollar, incluyendo fechas y horarios.

Proceso de Adiestramiento

Responsabilidad: Gerente General

Duración: 1-2 Semanas

Este proceso se realizará a través de un facilitador experto en el área el cual la empresa formará dependiendo del puesto en el que se desempeñe el personal nuevo.

La Metodología a utilizar en el adiestramiento incluye:

- Ejercicio Práctico.
- Demostración.
- Preguntas y Respuestas.
- Orientación.

Proceso de Seguimiento

Responsabilidad: Gerente General

El gerente general realiza una evaluación con el fin de identificar cuáles de los puntos claves de la inducción, no quedaron lo suficientemente claros para el trabajador.

5.3.3.5 Capacitación

Responsabilidad: Gerente General

Procesos de Formación Continua para empleados de las diferentes áreas de la empresa. Las capacitaciones: se sugiere capacitaciones cada trimestre.

Definición de los Objetivos de Capacitación.

El contenido de la capacitación (los temas que cubrirá la capacitación).

El enfoque de la capacitación (como se desarrollarán los temas mediante clases, ejercicios de participación, capacitaciones virtuales y otros.)

Formación de Grupo a Capacitarse

Se define el nivel organizacional al cual serán dirigidos los programas de capacitación y por ende el tipo de personal que recibirá el curso de capacitación, previo análisis de sus necesidades con respecto a los problemas que éstos enfrentan al ejecutar actividades de sus puestos de trabajo. Formando grupos homogéneos que posean características similares, tales como: mismo nivel de jerarquía, nivel de conocimiento, experiencias, entre otros.

Selección de la Estrategia de Capacitación

Las capacitaciones se ejecutan mediante alianzas estratégicas a nivel de Pregrado y Postgrado de universidades públicas y privadas mediante prácticas profesionales y horas sociales.

Se tomara en cuenta las necesidades de capacitación del personal de la empresa.

Organización del Programa de Capacitación

Para la administración de la capacitación se requiere personal técnicamente preparado asignándole a cada uno de ellos sus responsabilidades.

El Gerente General es el encargado de ordenar sistemáticamente el trabajo y controlar todas las actividades, informando oportunamente de fechas y horarios de capacitaciones.

Organización de la Capacitación

La responsabilidad depende de la Gerencia General quien definirá donde, cuando y como se desarrollarán los procesos de capacitación.

Financiamiento del Programa de Capacitación.

El capital con el que se implementará el programa de capacitación se obtendrá de los fondos de la empresa.

Instituciones participantes para Capacitaciones

GUBERNAMENTALES:

- Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).
- Universidad de El Salvador (FMO-UES)
- ITCA-FEPADE

PRIVADAS:

- Universidad de Oriente (UNIVO)
- Universidad Gerardo Barrios (UGB)
- Universidad Dr. Andrés Bello (UNAB)
- Universidad Modular Abierta (UMA)

Temas sugeridos para Capacitación del Personal

- Atención al cliente
- Manejo de estrés
- Contabilidad básica
- Administración
- Ventas
- Comunicación Efectiva

- Seguridad y salud ocupacional
- Habilidades Técnicas y Operativas
- Control de calidad

5.4. Plan de Mercado

El Plan de Mercado, describe los beneficios del producto, diseño, características, entre otros elementos que determinan el precio, la estrategia de plaza o distribución, que se refiere a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final; así como también la estrategia de promoción que consiste en comunicar y dar a conocer al mercado objetivo de la empresa.

5.4.1 Producto

Los diferentes productos artesanales que comercializan las empresas del municipio de San Miguel son elaborados de cuero natural y sintético, Semillas, Materiales textiles, Madera, Materiales trenzables, Diversos materiales y otros. Dentro de los que sobresalen de la empresa Peiskos se encuentran las luminarias elaboradas de tecomate (jícara) y de pvc.

Caso Ilustrativo como referencia para el planteamiento del plan de mercado de las empresas artesanales.

Ilustración 7 Luminaria de Tecomate



Fuente: Descripción Ilustrativa de Empresa Peiskos

Tabla 6- Características de Luminaria de Tecomate

DESCRIPCIÓN: Luminaria de Tecomate (Producto A)		
PARTES	NOMBRE DEL MATERIAL	DESCRIPCIÓN
Tecomate	Teco	Fibra Natural
Base	Madera Reciclada	Madera Reciclada
Base de Foco	Socket Foco	Pieza metálica o de plástico
Iluminación	Foco	Luz de una luminaria
Cable de Energía	Alimentador Eléctrico	Cable que suministra corriente
Unión de piezas	Tornillos	Dispositivo que se utiliza para la sujeción de luminaria
Pintura	Tinte	Producto colorante

FUENTE: Descripción técnica, Peiskos.

Ilustración 8 Luminaria de PVC



Fuente: Descripción Ilustrativa de Empresa Peiskos

Tabla 7 Características de Luminaria de Tecomate

DESCRIPCIÓN: Luminaria de PVC (Producto B)		
PARTES	NOMBRE DEL MATERIAL	DESCRIPCIÓN
PVC	Pieza de PVC	Termoplástico
Base de Foco	Socket Foco	Pieza metálica o de plástico
Iluminación	Foco	Luz de una luminaria
Cable de Energía	Alimentador Eléctrico	Cable que suministra corriente
Unión de piezas	Tornillos	Dispositivo que se utiliza para la sujeción de luminaria
Pintura	Tinte	Producto colorante

FUENTE: Descripción técnica, Peiskos.

5.4.2 Precio

Para la política de precios se establece ofrecer a los distribuidores un porcentaje de ganancia del 15%, ya que los costos de fabricación generan un 55% y un 45% de rentabilidad.

Para conocer si la empresa artesanal puede conseguir ventaja en este aspecto, es necesario analizar el entorno de mercado, conociendo el promedio de los precios que ofrecen otras empresas o artesanos, que se dedican a comercializar productos del mismo tipo.

Tabla 8 Precio de Productos Comparativo

PRODUCTO	PRECIO PROMEDO	PRECIO PROMEDIO DE OTRAS EMPRESAS	OBSERVACIONES
PRODUCTO A	\$25.00	\$ 25.00 y \$30.00	Variación en precios dependiendo de diseño.
PRODUCTO B	\$15	\$ 17.00	Variación en precios dependiendo del diseño.

FUENTE: Elaboración del Equipo

Los precios promedios de los productos tienen un margen diferencial mínimo a favor de la empresa, estos varían dependiendo del diseño. Por lo que la empresa deberá mantener esos precios en el mercado, ya que permitirá aumentar las ventas, maximizar las ganancias; se adapta al público objetivo y permite mantener los niveles de participación en el mercado sin verse afectada por la competencia, por lo que es oportuno en dar a conocer la marca de los productos artesanales.

Mediante la distribución en tiendas de productos artesanales en la ciudad de San Salvador y otras ciudades, para lo cual se estable un porcentaje de ganancia del distribuidor del 15%.

Tabla 9 Comparación Precio Distribuidor-Detalle

PRODUCTO	PRECIO DISTRIBUIDOR	PRECIO DETALLE
PRODUCTO A	\$21.25	\$25.00
PRODUCTO B	\$12.75	\$ 15.00

FUENTE: Elaboración del Equipo

5.4.3 Plaza

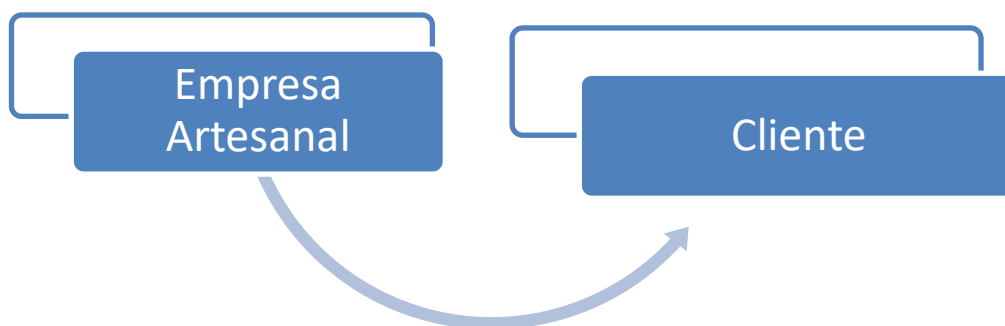
La estrategia de plaza o de distribución, que normalmente se conoce como lugar; se refiere a la forma cómo se llegará al cliente o consumidor final. En el cual los canales de distribución contribuyen a mejorar el proceso de comercialización de los productos artesanales, por lo que se presentan algunas propuestas:

- Segmentar el mercado, dependiendo del alcance de la producción de la empresa, definir nuevas ciudades y/o lugares para la distribución al por mayor de productos, con el objeto de ampliar el mercado, para que se comercialicen a nivel Nacional e internacional.
- Cambiar el enfoque para lograr llegar a los mercados digitales como un lugar de venta; en el que se oferte los productos por medio de catálogos digitales, con el objetivo de llegar de manera directa al comprador digital para que tenga mayores opciones en cuanto a la solicitud del diseño del producto o personalizado.

- Apertura de una tienda donde la empresa pueda ofrecer los productos; para la que es preciso considerar que la apertura de una sucursal genera otros costos por lo que la empresa debe establecer metas de venta que le permitan cubrir los costos sin generar un incremento en el precio de venta, tal como se ha establecido en la parte de precio.

Canales De Distribución:

Ilustración 9 Canal de distribución directa

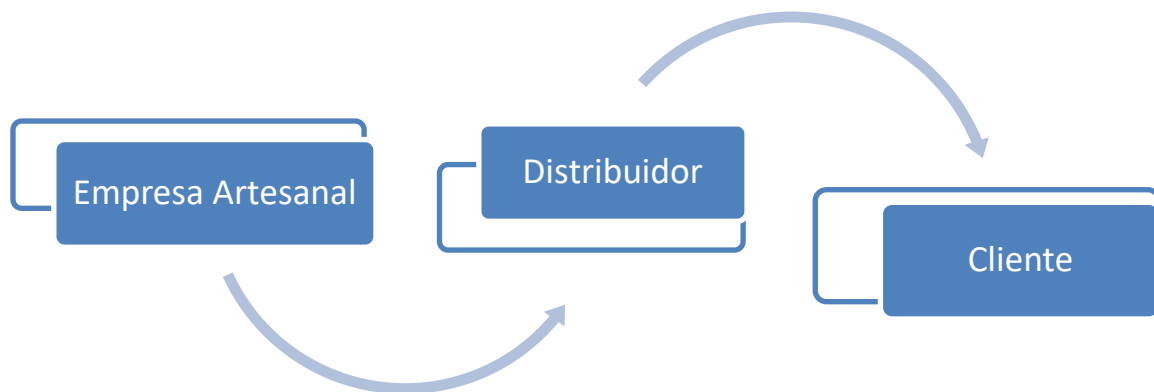


FUENTE: Elaboración del Equipo

Utilizando este canal, los productores artesanales dispondrán con área física a para poder exhibir sus productos, puede también disponer de un equipo de ventas destinado a la comercialización de los productos artesanales para sus clientes.

Para lograr un mejor posicionamiento en el mercado, se recomienda la apertura de una tienda donde se puedan ofrecer los productos artesanales a los diferentes clientes

Ilustración 10 Canal de distribución indirecto



FUENTE: Elaboración del Equipo

Utilizando este canal, se requiere que las empresas artesanales, establezcan alianzas con tiendas, almacenes y distribuidores de Artesanías, ubicadas en los centros comerciales de San Salvador, otras ciudades y poder distribuir a tiendas internacionales.

5.4.4 Promoción

La estrategia de promoción consiste en comunicar y dar a conocer al mercado objetivo de la empresa todas las bondades del producto se ofrece; es decir informar sobre las características y marca del producto, para crear demanda y posicionar la marca de la empresa en la mente del cliente, quien puede dar publicidad boca a boca; forjando la atracción de los productos y creando una opción para el cliente probable.

Estrategias de Publicidad

La publicidad es una herramienta importante para lograr posicionar la marca y ser una opción de preferencia de los clientes y distribuidores de productos artesanales.

Ilustración 11 Estrategias de Publicidad



FUENTE: Elaboración del Equipo

Catálogo Digital

Es la misma idea de un catálogo físico, pero en versión digital, una herramienta de gestión de información que se ha convertido imprescindible para la promoción detallada de productos artesanales que ofrece la empresa en medios digitales; la estrategia consiste en crear dos catálogos; uno para los distribuidores y otro para venta de producto de consumidor final.

El catálogo para los distribuidores, será una herramienta que permitirá visualizar los productos, el que tendrá breve descripción del diseño y tipo del producto, materiales que lo componen; precios, porcentaje de ganancias por cantidad de productos seleccionados y proceso de logística para la entrega.

El catálogo para los Clientes, será una herramienta que permitirá visualizar los productos los productos, el que tendrá breve descripción del diseño y tipo del producto,

materiales que lo componen; así como el precio y detalle de proceso de logística para la entrega.

Ilustración 12 Catálogo de Productos



FUENTE: Elaboración del Equipo

Redes Sociales Empresariales

Los Medios de comunicación social, generan un gran impacto en la sociedad, cambiando constantemente las formas de comunicarse e interactuar con las persona y que además, facilitan el comercio de productos y servicios.

Como estrategia se propone para la empresa, hacer uso de Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp; que son las redes sociales que se utilizan más frecuencia en nuestro medio, y además, son consideradas de mayor manipulación por las personas quienes constantemente pueden actualizar la información respecto a precios, promociones o nuevos diseños y tipos de productos.

Se pagaran pautas publicitarias en la red social Facebook, el cual se tiene contemplado con un monto de \$100.00 anuales.

Ilustración 13 Logos Redes Sociales



Fuente: <https://www.dreamstime.com/set-popular-social-media-logos-icons-twitter-instagram-whatsapp-youtube-facebook-vector-printed-white-paper-image169130201>

Otras estrategias a utilizar son:

- Campañas de descuentos por compra de más de 2 productos.
- Participación en las ferias, exposiciones de Productos Artesanales.
- Marketing digital, promoción de los productos por medio de las Redes Sociales, donde destacan Facebook, Instagram y Marketing de búsqueda.

5.5. Plan Operativo

Diseñado y enfocado en los procesos productivos y/o de comercialización de los productos, los procesos de compra de sus proveedores, formas de pago y créditos, así como los controles de calidad que implementa la empresa para su operatividad.

5.5.1 Descripción del Proceso

Para la elaboración de productos artesanales se detalla una serie de pasos:

- Diseño: en esta etapa se realiza el diseño del producto teniendo en cuenta las tendencias del mercado, preferencias del consumidor y la capacidad productiva.
- Modelo: Se define el patrón del producto
- Cortado: posteriormente se utiliza el patrón en el cual se marcan las guías de corte y troquelado del producto.
- Revestimiento: se procede a desbastar, preparar y armar la pieza; es decir unir las piezas y entintar el producto si lo requiere.
- Terminado y empaque: es en esta etapa del proceso se limpia, revisa y pasa el control de calidad el producto, posteriormente procede el empaque final el cual puede ser en bolsas y embalaje de cartón.
- Almacenamiento: última etapa del proceso en donde se almacena el producto listo para la comercialización.

Mecánica de producción y/o comercialización.

- Local o instalación en que se ubicará la empresa.
- Necesidades de suministros, maquinaria, mobiliario y equipo.
- Estrategia de compras y almacenamiento.
- Elección de proveedores.

5.5.2 Compras y Proveedores de Materia Prima

Es de vital importancia para la empresa, contar con los proveedores que le garanticen y respondan con la mejor calidad en la materia prima que van a suministrar y/o productos para su comercialización; además de buscar las alternativas que le generen los mejores beneficios; garantizando disminuir sus costos y mejorar las políticas de pago.

Compras por Organización.

Otra de las opciones, si las empresas artesanales se organizan o asocian pueden optar a contar con proveedores que les suministre productos o materia prima a menor costo, con una ventaja a la de comprar de forma individual, debido a que se obtienen precios menores y es favorable ya que se tiene la oportunidad de adquirir en grandes cantidades.

5.5.3 Políticas de Pago

La política de pago consiste en, comprar el sesenta por ciento al contado y el resto al crédito, ya sea para adquirir materia prima o productos para su comercialización a Red de proveedores, que permitan comparar distintas opciones.

Negociar el método de pago, es decir, si se va a pagar al contado, a 15, 30, 60 días plazo, y se definirá con base a la relación con el periodo de cobro a los clientes de la empresa ya que si no ha recibido ingresos, no se puede hacer frente a las obligaciones contraídas.

También se debe de realizar una evaluación de los diferentes proveedores para determinar quién es el que ofrece las mejores condiciones a la empresa.

5.5.4 Opciones De Crédito

La empresa realiza ventas directas e indirectas, las primeras que son de empresa a cliente, la política consiste en venta al contado; para las ventas indirectas, es decir a los distribuidores, se realiza en consignación, donde se acuerda que el distribuidor pague por los productos posterior a la venta, normalmente los créditos se realizan con corte a quince días plazo, para percibir oportunamente esos fondos y seguir con las operaciones de la empresa.

5.5.5 Controles de Calidad

Las empresas deber de mantener sus procesos en mejora continua con el objeto de ofrecer productos de mejor calidad, razón por la cual es importante mantener un control permanente y cumplir con cada indicador de control de calidad, cuando el producto pasa de un proceso a otro, se debe de validar para cada proceso su calidad y que estos no presenten desperfectos y de esta manera evitar inconvenientes futuro; en el caso de que la empresa realice el proceso de la producción.

Para el caso de que la empresa solo se dedique a la comercialización de los productos, verificar la calidad de los productos y el valor agregado que la empresa proporciona para su venta, presentación, empaque y otros.

Indicadores para el Control de Calidad

- Indicador de cumplimiento: se refiere a los criterios que indican el grado de resultado de las tareas o actividades, en el cumplimiento de órdenes de pedidos, número de actividades finalizadas, cantidad de producción y otros.

- Indicadores de evaluación: consiste en cómo se establece la medición de cada una de las tareas o actividades ejecutadas; es decir la comparación entre los resultados y los objetivos proyectados para la actividad, incluyendo a la mano de obra para el desarrollo de la actividad, mejorando continuamente los procesos, que radican desde la gestión administrativa hasta la venta del producto.
- Indicadores de eficiencia: consiste en la capacidad para ejecutar una actividad o tarea optimizando los recursos; es decir el tiempo invertido para el logro de los objetivos.
- Indicadores de eficacia: consiste en la capacidad para cumplir el objetivo o meta de la empresa, es decir en el cumplimiento en la ejecución de tareas y/o actividades; se mide el cumplimiento en sí de la actividad y no el tiempo o la cantidad de recursos empleados.
- Indicadores de gestión: describe los criterios y/o valores que miden el desempeño de las actividades en todas las áreas de la empresa respecto a un criterio base o estándar. Los indicadores de gestión relacionados con los índices que permiten administrar cada proceso.

5.5.6 Adquisición de materiales e insumos para la producción

Para la adquisición de materiales o insumos requeridos para transformar los productos y/o servicios; se debe realizar tomando en cuenta los recursos que poseen la empresa, materias primas o insumos, para lo cual se debe incorporar algunas acciones dentro de las para el Proceso de Compra de Materias destacan los siguientes formatos:

- Requerimiento de compra,
- Orden de compra

- Informe de recepción
- Modelo de planilla para la mano de obra relacionada a la producción,

5.5.7 Requerimiento de compra

Es el documento normalmente se conoce como Requisición de compra, generado por un departamento o por el personal de almacén para informar al departamento de compras los materiales e insumos que se necesitan solicitar, en el que incluye el tiempo de entrega. la cantidad, descripción del producto, precio unitario y total.

Ilustración 14 Formato de Requisición de Compras

No. Registro: _____				
NOMBRE DE LA EMPRESA DEPARTAMENTO DE COMPRAS				
DEPARTAMENTO QUE REALIZA LA SOLICITUD: _____				
PERSONA QUE REALIZA LA SOLICITUD: _____				
FECHA DEL PEDIDO: _____ FECHA REQUERIDA DE ENTREGA: _____				
CANTIDAD	NOMBRE Y NO. CATÁLOGO	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
COSTO TOTAL				\$: _____
OBSERVACIONES:				
APROBADO POR: _____				

5.5.8 Orden de compra

Este documento detalla el número de orden de compra, según correlativo, el Nombre del Proveedor, la fecha en que se realiza el pedido, los términos de entrega, la fecha de pago, términos de pago y detalle de la orden de los insumos o materiales, así como la aprobación de la orden de compra mediante.

Ilustración 15 Formato Orden de Compra

O. C. N°: _____				
NOMBRE DE LA EMPRESA				
DEPARTAMENTO DE COMPRAS				
PROVEEDOR: _____		FECHA DE PEDIDO: _____		
_____		FECHA DE PAGO: _____		
TERMINOS DE ENTREGA: _____		TERMINOS DE PAGO : _____		
CANTIDAD	NOMBRE Y NO. CATÁLOGO	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
COSTO TOTAL				\$: _____
OBSERVACIONES:				
APROBADO POR: _____				

5.5.9 Informe de recepción

Este documento detalla el número de Informe de Recepción de Compras, que incluye el Proveedor, el número de orden de compra, la fecha en que se recibe los insumos o materiales, que incluye la cantidad y descripción de cada insumo y discrepancias.

Ilustración 16 Formato de informe de recepción de compras

N°: _____		
NOMBRE DE LA EMPRESA		
DEPARTAMENTO DE COMPRAS		
PROVEEDOR: _____		
ORDEN DE COMPRA: _____		
FECHA DE RECEPCION: _____		
CANTIDAD RECIBIDA	DESCRIPCION	DISCREPANCIAS
FIRMA AUTORIZADA: _____		

5.5.10 *Inventario de Productos*

Un inventario es un documento en el que pueden definir el total de productos con que cuenta la empresa, detalle de cantidad, nombre del producto, estilo (diseño), precios y fechas de producción.

Están compuestos por sus materias primas, sus productos en proceso, los suministros que utiliza en sus operaciones y los productos terminados.

TIPOS DE INVENTARIOS

- Inventario de mobiliario y equipo: compuesto por todo los bienes como muebles, estantes, equipos de corte y otros más que se utiliza en la empresa para el desarrollo de actividades de producción y /o comercialización.
- Inventario de Materias Primas: compuesto por todos los insumos que se requieren inicialmente en el proceso de producción de las artesanías.
- Inventario de Productos en Proceso de Producción: incluye todos los insumos materiales y los otros costos que la empresa debe llevar a cabo en el proceso de producción, al momento de un conteo se refleja en el stock inicial y determina el costo y precio.
- Inventario de Productos Terminados: Son todos aquellos productos que se encuentran listos para la venta luego de un proceso productivo o los bienes adquiridos a terceros que la empresa comercializará.

Para las empresas Artesanales a continuación se detalla en formato cada uno de los tipos de inventario mencionado:

Ilustración 18 Formato de inventario de materias primas

NOMBRE DE LA EMRESA: _____									FECHA: <u>DIA/MES/AÑO</u>		
FECHA	CODIGO	NOMBRE DEL PRODUCTO	ENTRADA			SALIDA			TOTAL		
			C	VU	VT	C	VU	VT	C	VU	VT

C= Cantidad VU= Valor Unitario VT= Valor Total

5.5.11 Arqueo de Caja.

El principal objetivo del arqueo de caja es comprobar que se contabilice todo el efectivo y que el saldo presentado en la cuenta corresponda al de la caja. El mismo debe ser respaldado con dinero en efectivo, vales o cheques.

Periodos de Arqueo de Caja.

Los arqueos pueden ser programados semanalmente, según le convenga a la empresa llevar sus controles (quincenalmente, mensualmente, semanalmente).

También se deben aplicar una política de control, en la que se realicen algunos arqueos de manera sorpresiva, es decir no previstos por el responsable de caja, y que deben ser efectuados por una persona diferente a quien realiza los arqueos programados.

Pasos de Arqueo de Caja.

- Contabilizar el dinero, con el objeto de comprobar si efectivamente se han registrado cada uno de los movimientos, todas las ventas y pagos realizados hasta ese momento, verificando que el saldo corresponde a lo que efectivamente debe haber en caja.
- Comparar este recuento con el saldo de caja según la contabilidad con base a la documentación girada por última vez para ejercer el corte documentario.
- El responsable de caja entrega la documentación en presencia del responsable del Arqueo.
- La persona responsable de llevar a cabo el arqueo, procede al conteo y ratificación del saldo.

- El responsable del arqueo, efectúa el acta de cierre, en esta acta se detallan las observaciones y diferencias detectadas en cuanto el uso de efectivo según las políticas de la empresa.
- Se entrega copias del acta a al departamento contable y al responsable de caja.
- Al terminar el arqueo, contabilidad debe analizar el acta para llevar los registros contables respecto a las diferencias bien sean sobrantes y faltantes. Vale destacar que estos asientos deben estar sujetos a las políticas contables de la empresa.
- Dado el caso que exista faltantes, se plantean dos alternativas:
 - Cobrar el faltante al responsable de caja.
 - Conjeturar el faltante como un gasto.
 - Dado el caso de sobrantes, en general son registrados a otros ingresos.

Aspectos que se deben considerar en el arqueo de caja

- Existencia de dinero falso
- Registros malos por alguna devolución, puede suceder que el vendedor se haya equivocado anotando forma de devolución de un cliente.
- Venta con datos errados, por registrar más unidades vendidas de la venta realizada.
- Robo.
- Mal conteo del dinero.

Ilustración 21 Formato para Arqueo de Caja

ARQUEO DE CAJA	
	FECHA _____
CAJA _____	ARQUEO N°: _____
CAJERO: _____	
Dependencia _____	
Resolución _____	
<p>A las _____ del día _____ de _____ de _____ se presentó ante: _____ _____, persona responsable del manejo del fondo de caja _____; el responsable de Arqueo de Caja, con el fin de proceder a Elaborar el Arqueo de Caja.</p>	
Efectivo Inicial	-
Saldo Inicial	
Ventas Diarias Totales	-
	-
Efectivo	_____
Cheques	_____
Crédito	_____
Cuentas por Cobrar	_____
Otros Ingresos	_____
Ventas de Crédito	-
Total en Efectivo	-
EFFECTIVO - EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	
MONEDAS	-

Denominación	Cantidad	Total
\$ 0.01		\$ -
\$ 0.05		\$ -
\$ 0.10		\$ -
\$ 0.25		\$ -
\$ 1.00		\$ -

BILLETES

-

Denominación	Cantidad	Total
\$ 1.00		\$ -
\$ 2.00		\$ -
\$ 5.00		\$ -
\$ 10.00		\$ -
\$ 20.00		\$ -
\$ 50.00		\$ -
\$ 100.00		\$ -

	1.- TOTAL CAJA	-
CAJERO	2.- TOTAL DE VENTAS	-
	TOTAL	-
	3.- TOTAL EFECTIVO	-
	TOTAL	-
AUDITOR	SALDO	-

OBSERVACIONES

5.6. Plan Financiero

El Plan Económico Financiero permite analizar la rentabilidad de la empresa y necesario para la toma de decisiones de la empresa en el que trata de calcular fundamentalmente si es viable la operatividad financiera, para la operación e inversión de la empresa.

A continuación se detallan los formatos que se utilizan para validar situación financiera de la empresa.

5.6.1 Determinación de la Estructura de Costos

5.6.1.1 Costos Fijos

Son los costos que la empresa debe pagar independiente de la actividad de producción de la empresa, es decir los costos no operativos.

Ilustración 22 Formato detalle de Costos Fijos

COSTOS FIJOS AÑO 1			
DETALLE	TOTAL MENSUAL	N° DE MESES	TOTAL ANUAL
<u>Gastos de Administración</u>			
Sueldos	\$	12	\$
Alquiler	\$	12	\$
Luz	\$	12	\$
Telefonía	\$	12	\$
Total de gastos de administración	\$ _____		\$ _____
<u>Gastos de venta</u>			
Combustible	\$	12	\$
Publicidad	\$	12	\$
Total de gastos de ventas	\$ _____		\$ _____

5.6.1.2 Costos Variables

Son los costos que varían de acuerdo al nivel de producción que realiza la empresa, es decir dependen de la cantidad que se está produciendo; la diferencia de los costos fijos a los costos variables varía según la cantidad de unidades producidas.

En la siguiente tabla se detalle el costo de producción mensual para “X” producto

Ilustración 23 Formato Detalla de Costos Variables

COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO MENSUAL		
DETALLE	COSTO	COSTO TOTAL
Insumo 1	\$	\$
Insumo 2	\$	\$
Insumo 3	\$	\$
Insumo 4	\$	\$
Total	\$ _____	\$ _____

Establecer la proyección de ventas anuales a Largo Plazo.

Ilustración 27-Detalle de Proyección de Ventas Anuales

PRESUPUESTO VENTAS UNIDADES (Estimado)					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A					
B					
C					
D					
E					
TOTAL					

BIBLIOGRAFIA

(s.f.). Recuperado el 15 de Diciembre de 2019, de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

<http://www.unesco.org>. (6-8 de Octubre de 1997). Obtenido de

<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

Anzola, S. (2002). *Administración de Pequeñas Empresas* (2a ed.). Distrito Federal, México: McGraw Hill.

Asamblea Legislativa. El Salvador. (12 de junio de 2014). asamblea.gob.sv.

Recuperado el 10 de julio de 2016, de Constitución de la República:

<http://www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/constitucion-de-la-republica>

Asamblea Legislativa. El Salvador. (2016). *Ley de Fomento Protección y Desarrollo del Sector Artesanal*. San Salvador, El Salvador: Diario Oficial.

Banco Central de Reserva de El Salvador. (01 de Marzo de 2014). bcr.gob.sv.

Recuperado el 8 de Agosto de 2014, de www.bcr.gob.sv:

http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=308

CONAMYPE. (2019). *Política Nacional de Emprendimiento de El Salvador*. San Salvador: CONAMYPE El Salvador Emprende.

CONAMYPE. (2016). *Política Nacional Un Pueblo Un Producto*. San Salvador: CONAMYPE Unidad de Comunicaciones Institucional.

CONAMYPE. (Julio de 2018) ENCUESTA NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA 2017

Corte Suprema de Justicia. (31 de Julio de 1972). Código de Trabajo. *Código de Trabajo(15)*. San Salvador, El Salvador: Imprenta Nacional.

Corte Suprema de Justicia. (20 de Mayo de 2014). Ley de Fomento y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa. *Ley de Fomento y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa(667)*. San salvador, El Salvador: Imprenta Nacional.

Corte Suprema de Justicia de El Salvador. (31 de Julio de 1970). Código de Comercio. *Código de Comercio(671)*. San Salvador, El Salvador: Imprenta Nacional.

Gitman, L. J. (2000). *Principios de Administración Financiera* (8a ed.). (M. d. Anta, Ed.) Distrito Federal, México: Addison Wesley Longman.

Hall, V. (1998). *Microeconomía Intermedia*. Madrid, España: Antoni Bosch.

Secretaría Técnica y de Planificación, G. d. (2014). *PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2014-2019* . San Salvador, el Salvador: Imprenta Ricaldone.

Universidad Rafael Landívar de Guatemala. (06 de Septiembre de 2008).

biblio3.url.edu.gt. Recuperado el 12 de Agosto de 2014, de

www.biblio3.url.edu.gt:

<http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/2013/FundamentosFinanzasC/04.pdf>

ANEXOS

ANEXO-1



CONAMYPE

Constancia de Recepción de Solicitud

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

Glenda Yasmin Blanco Lizama, (a) identificada a través de su Documento Único de Identidad número: 03255912-6, ha presentado una solicitud de información a través de correo electrónico el día 22 de enero de dos mil veinte, en la cual solicita la información siguiente:

- Número de empresas de sector artesanal del departamento de San Miguel, zona oriental y nacional.
- Lista de nombre de las empresas del sector artesanal del departamento de San Miguel y de la zona oriental.
- Municipios de San Miguel con mayor auge de empresas artesanales.
- Clasificación de las empresas de Un Pueblo Un Producto.

El número de referencia asignado es 07/2020, la fecha máxima de respuesta a su solicitud es el día 05/02/2020. Medio de notificación: correo electrónico. Forma de entrega de la información: correo electrónico.

Cualquier consulta puede realizarla al teléfono 2592-9077 o al correo electrónico emiranda@conamype.gob.sv



Erika Mariela Miranda Ramirez

Oficial de Información y Respuesta

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

Esta constancia se extiende de conformidad al artículo 66 inciso final de la Ley de Acceso a la Información Pública y al artículo 53 del Reglamento de la misma Ley. La fecha de entrega de la información podrá estar sujeta a cambios en caso que, según el inciso 5° de la misma disposición legal, los detalles proporcionados por el solicitante no bastasen para localizar la información pública o en caso que, de acuerdo al artículo 45 inciso 1° del Reglamento, los datos de la solicitud sean genéricos, ininteligibles ó insuficientes para localizar la información.

Oficina de Información y Respuesta
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
Edificio Gazzolo, 25 Avenida Norte y 25 Calle Poniente.
2592-9077 – emiranda@conamype.gob.sv

COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: OFICINA DE INFORMACIÓN Y RESPUESTA. San Salvador, a las catorce horas cincuenta y cinco minutos del día cinco de febrero de dos mil veinte.

I. Considerandos:

- En vista de la Solicitud de Acceso a la Información recibida bajo el número de referencia 07-2020, presentada por parte del ciudadano **Glenda Yasmin Blanco Lizama**; en la que solicita la información siguiente:
 - Número de empresas de sector artesanal del departamento de San Miguel, zona oriental y nacional.
 - Lista de nombre de las empresas del sector artesanal del departamento de San Miguel y de la zona oriental.
 - Municipios de San Miguel con mayor auge de empresas artesanales.
 - Clasificación de las empresas de Un Pueblo Un Producto.

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

II. Procedimiento de Acceso a la Información:

- Que de conformidad al artículo 50 literales d), i), y j) de la Ley de Acceso a la Información Pública, le corresponde al Oficial de Información realizar el trámite pertinente para la entrega de la información solicitada por los particulares, y resolver respecto a las solicitudes de información que se sometan a su conocimiento; siendo el Oficial de Información el vínculo entre la Institución Pública y la persona solicitante.

- En atención a lo anterior, a través de Memorando OIR/15/2020, y OIR/16/2020 se trasladó requerimiento a la Unidad de Informática y al Especialista en Estadísticas y Estudios Económicos, a efecto de localizar la información requerida y dar respuesta a la petición.
- Que en respuesta al requerimiento planteado, considerando que la competencia de CONAMYPE es la Micro y Pequeña Empresa, ha sido remitido a esta unidad el listado de Pequeñas Empresas ubicadas en el municipio de Santa Ana.
- Con respecto al listado de Medianas Empresas requerido, su solicitud puede ser dirigida al Ministerio de Economía, por ser este el ente facultado para conocer de dicho requerimiento, La dirección donde se ubica la Oficina Acceso a la Información Pública a la que debe dirigirse es: Calle Guadalupe y Alameda Juan Pablo II, Edificio C2, Primera Planta, Plan Maestro Centro de Gobierno, San Salvador, El Salvador, o puede contactarse con la Oficial de Información al correo oir@minec.gob.sv
- En cuanto a los datos estadísticos solicitados, en respuesta ha sido remitido Memorando UGPP/02/2020 con la información sobre el número de empresas del sector artesanal del departamento de San Miguel, zona oriental y nacional y municipios de San Miguel con mayor auge de empresas artesanales, ello conforme a la información disponible en el Directorio de Unidades Económicas de El Salvador 2011-2012 de la Dirección General de Estadísticas y Censos DIGESTYC del Ministerio de Economía.
- Con respecto a la clasificación de las empresas del Programa Un Pueblo Un Producto, se presenta en adjunto el Manual Operativo de dicho programa, que contiene la información sobre la clasificación de los territorios y empresas participantes en el programa.

Por tanto de conformidad a los artículos 65, 68 y 72 de la Ley de Acceso a la Información Pública, la suscrita Oficial de Información, **RESUELVE:**

- a) Entréguese la información correspondiente a: listado de Pequeñas Empresas del municipio de Santa Ana, número de empresas del sector artesanal del departamento de San Miguel, zona oriental y nacional, municipios de San

Miguel con mayor auge de empresas artesanales y clasificación de las empresas del Programa Un Pueblo Un Producto.

- b) Orientar al solicitante para que requiera la información referente al listado de medianas empresas al Ministerio de Economía.
- c) Notifíquese al solicitante a través del medio señalado.




Licda. Erika Mariela Miranda Ramírez
Oficial de Información y Respuesta

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

MEMORANDO

PARA: Licenciada Erika Mariela Miranda Oficial de Información y Respuesta	DE: Oscar Humberto López Unidad de Políticas Públicas UGPP 02/2020
ASUNT O: Respuesta a solicitud de información oficiosa OIR/16/ 2020	FECHA: LUNES, 03 ENERO 2020

URGENTE PARA REVISAR Y APROBAR COMENTARIOS ENTREGAR INFORME

Estimada licenciada Miranda
Atendiendo solicitud de la OIR/16/2020 en la cual se requiere conocer información de la cantidad de empresas del sector artesanal según 4 especificaciones, al respecto debe señalarse que la única fuente oficial disponible y de la cual se ha elaborado esta respuesta es El Directorio de Unidades Económicas de El Salvador 2011-2012 de la Dirección General de Estadística y Censos DIGESTYC del Ministerio de Economía, por lo que se procede a informar sobre los resultados de la información encontrada en la fuente antes señalada según orden de las preguntas:

2. El número de empresas del sector artesanal, departamento de San Miguel es de: **18 empresas**
3. El número de empresas del sector artesanal, de la zona oriental del país (San Miguel, Morazán La Unión y Usulután) es de: **43 empresas**
4. El número de empresas del sector artesanal a nivel nacional es de: **177 empresas**
5. Los municipios de San Miguel con mayor cantidad de empresas del sector artesanal son:
 - a. Municipio de San Miguel, **15 empresas del sector artesanal,**
 - b. Municipio de Chapeltique, **1 empresa del sector artesanal,**
 - c. Municipio de El Transito, **1 empresa del sector artesanal,**
 - d. Municipio de Nueva Guadalupe, **1 empresa del sector artesanal.**

Atentamente

olopez.conamype.gob.sv

Firmado digitalmente por olopez.conamype.gob.sv
Nombre de reconocimiento (DN): c=SV, st=San Salvador, l=Oficinas
Centrales, o=CONAMYPE, ou=Unidad de Políticas Públicas,
cn=olopez.conamype.gob.sv, email=olopez@conamype.gob.sv Fecha:
2020.02.03 09:06:26 -06'00'

No	TIPO	NOMBRE COMERCIAL	DEPARTAMENTO	ACTIVIDAD
1	Micro Empresa	ADEMUR	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS PRINCIPALMENTE DE CUERO NATURAL Y SINTETICO.
2	Micro Empresa	PRODUCCION DE SANDALIAS EN CUERO DE PELIGUEY	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS PRINCIPALMENTE DE CUERO NATURAL Y SINTETICO.
3	Micro Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE DIVERSOS MATERIALES.
4	Micro Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE MADERA, SEMILLAS, MATERIALES TRENZABLES.
5	Micro Empresa	PEIKOS	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA, SEMILLAS, MATERIALES TRENZABLES
6	Micro Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE DIVERSOS MATERIALES.
7	Micro Empresa	LENKA'S	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE MADERA, SEMILLAS, MATERIALES TRENZABLES.
8	Micro Empresa	AQUIVA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE DIVERSOS MATERIALES.
9	Micro Empresa	ERA ILUMINACIÓN	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES
10	Micro Empresa	ARTES CABRERA	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA, SEMILLAS, MATERIALES TRENZABLES
11	Micro Empresa	JIREH ACCESORIOS	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES
12	Pequeña Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS PRINCIPALMENTE DE CUERO NATURAL Y SINTETICO.
13	Micro Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	FABRICACION DE ARTESANIAS DE MADERA, SEMILLAS, MATERIALES TRENZABLES.
14	Micro Empresa	ALIS ARTESANÍAS	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES
15	Micro Empresa	VENTA DE CARTERAS	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS PRINCIPALMENTE DE CUERO NATURAL Y SINTETICO.
16	Micro Empresa	PERSONA NATURAL	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE

				MATERIALES TEXTILES.
17	Micro Empresa	HUN-HUNAHPU	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES
18	Micro Empresa	NAHUI ULLIN	SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES
19	Micro Empresa	ARTESANIAS GRANADOS	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS PRINCIPALMENTE DE CUERO NATURAL Y SINTETICO.
20	Micro Empresa	VELAPRINT	SAN MIGUEL	ELABORACION DE ARTESANIAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.

ANEXO-2

CUESTIONARIO

ESCUELA DE POST- GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Objetivo: Obtener información sobre “Dinámica financiera de las empresas del sector artesanal y sus necesidades de expansión en el Municipio de San Miguel”.

Indicación: A continuación, se le presenta una serie de interrogantes en diferentes secciones; marque con una “x” la opción que según su criterio es la respuesta correcta y donde sea necesario complete de forma adecuada. Por su colaboración muchas gracias.

Nombre de la Empresa: _____

Sección 1: Producto/Ventas

- ¿Cuál es el tipo de productos artesanales que comercializa la empresa?
 - Cuero natural y sintético
 - Madera
 - Semillas
 - Materiales trenzables
 - Materiales textiles
 - Diversos materiales.
- ¿Su empresa es rentable, obtiene ganancias?
 - SI
 - NO
- La venta de los productos que comercializa le permite cumplir con las obligaciones financieras de la empresa.
 - SI
 - NO
- Las proyecciones de ventas del año están cumpliendo sus expectativas.
 - Si
 - NO

Sección 2: Acceso a Crédito/Financiamiento

- ¿Las instituciones financieras facilitan el acceso al crédito a su empresa?
 - SI
 - NO
- ¿Cuenta la empresa con algún préstamo?
 - SI
 - NO

Si su respuesta anterior es “Si” Facilitan a empresas como la suya la obtención de créditos, este crédito es:

- Con garantías de la empresa de emprendimiento Crédito Personal

Sección 3: Expansión

7. Las empresas en el sector artesanal en el Municipio de San Miguel están organizadas.

- Si NO

8. La Empresa esta formalizada, es decir está inscrita en CNR y paga impuestos.

- Si NO

9. ¿La empresa cuenta con un plan de negocios?

- Si NO

Si su respuesta es sí, en su plan de Negocios cuenta con un Proyecto de inversión:

- | | |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Expansión Geográficamente | <input type="checkbox"/> Capacitaciones |
| <input type="checkbox"/> Infraestructura | <input type="checkbox"/> Diversificación de Productos |
| <input type="checkbox"/> Nuevos mercados | <input type="checkbox"/> Nuevos mercados |

10. ¿Cuenta con el financiamiento para abrir otra sucursal?

- SI NO

11. Considera que puede incrementar sus ventas al expandirse geográficamente su empresa.

- Si NO

12. Considera que la expansión de la empresa puede bajar los costos de comercialización por logísticas de entrega, compras de materia prima y otros.

- Si NO