

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas



TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN: FINANZAS
“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS ELABORADOS CON LA TÉCNICA DE
MACRAMÉ, PARA EMPRENDEDORES DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR”

PRESENTADO POR:

María Arely Espinoza Alfaro	L1001803
Kirian Xiomara Lozano Barrera	L1001803
Hilda Carolina Martínez Romero	L1001803

ABRIL 2022

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Vicerrector Académico : PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López
Secretario General : Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano : Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Secretario : Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Director de Escuela de Administración de Empresas : Msc. Abraham Vásquez Sánchez
Coordinador General de Procesos de Grado : Msc. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Coordinador Seminario Proceso de Graduación de la Escuela de Administración de Empresas : Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Asesor : Msc. Nelson Mauricio Herrera Rodríguez
Tribunal Calificador : Msc. Carlos Edwin Avalos Romero
: Msc. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
: Msc. Nelson Mauricio Herrera Rodríguez

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos principalmente a Dios, por darme la bendición de culminar mi carrera, por brindarme salud y sabiduría en estos años de estudio, a mis padres por el apoyo que me brindaron para que me convirtiera en una profesional, a mis hermanas y hermano por motivarme a no rendirme en el camino, a mis compañeras de trabajo por el esfuerzo y dedicación para realizar la investigación.

Kirian Lozano

Expreso mi agradecimiento primeramente a Dios por darme sabiduría y fortaleza necesaria, a mis padres por ser un ejemplo de perseverancia y dedicación, a mis hermanos que han sido una fuente de motivación, a mis amigos incondicionales que siguen estando a mi lado y que siempre me alentaban a seguir, a todos los docentes que dedicaron su tiempo en inculcarme sus conocimientos, y a mis colegas de trabajo de graduación por el esfuerzo a lo largo de este proyecto.

Carolina Martinez.

Externo mis más sinceros agradecimientos primeramente a Dios quien me ha brindado la sabiduría y la guía necesaria para la realización de este proyecto, agradezco a mi padre quien ha sido un apoyo fundamental en toda mi vida, y dedico un especial agradecimiento a mi madre que, aunque no está presente físicamente para verme culminar esta etapa de mi vida, es y será siempre mi ejemplo a seguir como ser humano y como profesional, gracias por siempre creer en mí. Finalmente agradezco a mis compañeros y amigos de la universidad, por formar parte de esta etapa tan importante.

Arely Espinoza

INDICE

INTRODUCCIÓN	ii
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO	3
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.1.1 Antecedentes del Problema	3
1.1.2 Caracterización del Problema	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	5
1.1.4 Objetivos	6
1.2 Marco Teórico.....	7
1.2.1 Antecedentes Históricos del Macramé	7
1.2.2 Antecedentes del Macramé en El Salvador	7
1.2.3 Conceptos Generales del Macramé	8
1.2.4 Generalidades de un Plan de Negocios.....	9
1.3 Marco Legal e Institucional	24
1.3.1 Marco Legal.....	24
1.3.2 Marco Técnico	28
1.3.3 Formulación de Hipótesis.....	29
CAPITULO II. DISEÑO MÉTODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
2.1 Metodología de la Investigación	30
2.1.1 Método de Investigación.....	30
2.1.2 Tipos de Enfoque de la Investigación.....	31
2.1.3 Tipo de Investigación	32
2.1.4 Fuentes de Recolección de Datos	32
2.1.5 Técnicas e Instrumentos de Investigación	34
2.1.6 Ámbito de la Investigación	35
2.2 Determinación del Universo y Muestra.	36
2.2.1 Universo	36
2.2.2 Muestra	36
2.3 Análisis e Interpretación delos Datos Procesados	39
2.3.1 Diagnostico de la Investigación.....	54
CAPITULO III: “PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS ELABORADOS CON LA TÉCNICA MACRAMÉ, CASO ILUSTRATIVO: MIKRAMA, S.A”.....	56
3.1Análisis situacional.....	56

3.2 Propuesta de un Plan de Negocios para el emprendimiento Mikrama, S.A.....	58
3.2.1 Descripción del negocio	58
3.2.2 Plan de Mercadeo.....	59
3.2.3 Plan Operativo	64
3.2.4 Plan Organizacional.....	64
3.2.5 Plan Financiero	68
3.2.6 Análisis de sensibilidad	86
CONCLUSIONES.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	93
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1.....	11
<i>Estructura de un plan de Negocios</i>	11
Tabla 2.....	12
<i>Estructura de un plan de negocios</i>	12
Tabla 3.....	13
<i>Estructura de un Plan de Negocios</i>	13
Tabla 4.....	17
<i>Recursos involucrados en la generación del producto.</i>	17
Tabla 5.....	19
<i>Fundamentos de la gestión organizacional</i>	19
Tabla 6.....	25
<i>Leyes que respaldan el trabajo y comercio en El Salvador.</i>	25
Tabla 7.....	29
<i>Hipótesis de trabajo propuestas</i>	29
Tabla 8.....	66
<i>Análisis FODA elaborado al emprendimiento</i>	66
Tabla 9.....	68
<i>Inversión Inicial</i>	68
Tabla 10.....	69
<i>Capital de Trabajo</i>	69
Tabla 11.....	69
<i>Amortización</i>	69
Tabla 12.....	70
<i>Cálculo del WACC</i>	70
Tabla 13.....	71
<i>TMAr</i>	71
Tabla 14.....	72
<i>Ingresos</i>	72
Tabla 15.....	73
<i>Gastos Operativos</i>	73
Tabla 16.....	74

<i>Costos de ventas</i>	74
Tabla 17.....	75
<i>Estado de resultados proyectado</i>	75
MIKRAMA SV.....	75
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS DE LOS AÑOS 2022 al 2026.....	75
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América.....	75
Tabla 18.....	76
<i>Activos</i>	76
Tabla 19.....	77
<i>Flujo de efectivo proyectado</i>	77
Tabla 20.....	79
<i>Valor residual</i>	79
Tabla 21.....	80
<i>Valor presente neto (VPN) y Tasa interna de retorno (TIR)</i>	80
Tabla 22.....	82
<i>Escenario Pesimista</i>	82
Tabla 23.....	84
<i>Escenario Optimista</i>	84

FIGURAS

Figura 1:	57
<i>Estructura propuesta del plan de negocio para Mikrama, S.A.</i>	57

GRÁFICOS

Grafico 1	87
<i>Comparación del VAN</i>	87
Grafico 2	88
<i>Comparación del VAN del inversionista</i>	88
Gráfico 3	89
<i>Comparación de la tasa Interna de retorno (TIR)</i>	89
Gráfico 4	90
<i>Comparación de la TIR del Inversionista</i>	90

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	95
<i>Encuesta dirigida a los emprendedores de San Salvador</i>	95
Anexo 2.....	99
<i>Entrevista realizada al emprendimiento, Mikrama</i>	99
ANEXO 3.....	100
<i>Productos elaborados por el emprendimiento, Mikrama</i>	100
ANEXO 4.....	103
<i>Perfiles del emprendimiento Mikrama, en Redes Sociales</i>	103
ANEXO 5.....	105
<i>Inversión inicial</i>	105
ANEXO 6.....	106
<i>Proyección de ingresos</i>	106
ANEXO 7.....	107
<i>Amortización de préstamo.</i>	107
ANEXO 8.....	109
<i>Presupuesto de ventas en cantidades unitarias.</i>	109
ANEXO 9.....	110
<i>Presupuesto de producción</i>	110
ANEXO 10.....	111
<i>Presupuesto de compra materia prima</i>	111
ANEXO 11.....	113
<i>Presupuesto de mano de obra</i>	113
ANEXO 12.....	114
<i>Depreciación</i>	114
ANEXO 13.....	115
<i>Escenario Optimista- Pesimista</i>	115
ANEXO 14.....	116
<i>Escenario Estimado</i>	116
ANEXO 15.....	117
<i>Escenario Optimista</i>	117
ANEXO 16.....	118
<i>Escenario Pesimista</i>	118

RESUMEN EJECUTIVO

Con el objetivo de mostrar la importancia y los beneficios que conlleva que cada emprendimiento elabore un plan de negocios, se realizó un estudio para recabar información sobre la problemática que presentan los artesanos del municipio de San Salvador, que es el poco o nulo conocimiento sobre como producir y comercializar los productos de manera acertada que ayuden a la sostenibilidad y crecimiento de este.

También se describe y detalla la metodología de investigación que se utilizó para este trabajo, que por la naturaleza del estudio se realizó con un enfoque cuantitativo, porque se necesitaban obtener datos cuantificables para la comprobación de su hipótesis, así como se apoyó de una investigación de tipo descriptiva, para el análisis e interpretación de la naturaleza actual es decir que se encarga de señalar las características de la población en estudio.

Se presentó una propuesta que sirva como guía y apoyo para el rubro, este es un documento que contiene información específica de cómo se realiza un plan de negocios, en él se presenta una estructura de un plan de negocios así mismo se desarrolla de manera sencilla y entendible para que los emprendedores puedan aplicarlo a sus empresas, también se establecen las estrategias a seguir para alcanzar el éxito, la gestión operativa, la planificación del personal así como también la parte financiera tomando en cuenta aquellos elementos que serán útil para iniciar un negocio.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo presentar el proyecto de un Plan de negocios para la comercialización y distribución de artículos elaborados con la técnica de macramé en el municipio de san salvador, facilitando los procesos en los emprendedores. Ofreciendo la información necesaria y precisa para que pueda ser aplicada en los emprendimientos.

La investigación está conformada por tres capítulos de los cuales se brinda una descripción a continuación:

Capítulo I:

En este apartado se presenta el planteamiento de la problemática de emprendedores, los objetivos que se pretenden alcanzar, los fundamentos teóricos sobre el plan de negocios, los cuales servirán de guía para el desarrollo de la investigación, así como también contiene antecedentes generales enfocados al sector artesanal.

Capítulo II:

Describe el tipo de investigación que se realizó dada la naturaleza del estudio se dio un enfoque cuantitativo esperando obtener resultados cuantificables para el análisis de los datos así mismo se realizó el tipo de investigación descriptiva buscando obtener información específica de la población en estudio.

Capitulo III:

Presenta la propuesta de un plan de Negocios para el emprendimiento en estudio, se elaboró un documento que contiene información precisa, en él se encuentra detallada la estructura para la elaboración de un plan como: la filosofía de la empresa, gestión operativa, financiera, administrativa y la gestión de marketing, con el fin que sirva como una guía a todo el sector artesanal y este pueda mejorar sus procesos.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO

1.1 Planteamiento del Problema

La problemática se observa en la forma de producción y comercialización de artículos con tejido macramé, a nivel mundial la producción se realiza a través de artesanos locales de cada país y es un proceso que se lleva a cabo completamente a mano por medio de una serie de nudos, de la misma manera se realiza en El Salvador. En la actualidad, el emprendedor da a conocer sus productos en ferias artesanales o plataformas digitales, sin embargo, no cuentan con un plan de negocios que les permita incrementar la producción y comercialización de sus productos.

1.1.1 Antecedentes del Problema

A nivel mundial la industria textil artesanal ha estado desvalorizada, siendo los costos de producción muy altos y en su mayoría los precios de los productos muy bajos, en este rubro está involucrado el arte del tejido macramé que al ser una técnica donde solo se utilizan las manos ha sido por siglos un artículo difícil de producir en masas. En El Salvador el apoyo para los artesanos y emprendedores que se dedican a este rubro ha sido casi nulo son pocos los establecimientos que tienen un negocio en el área textil con la técnica macramé, la mayoría son amas de casa que tienen habilidades manuales y conocen esta técnica y venden por cuenta propia los artículos que elaboran.

Las instituciones como CONAMYPE, Cámara de Artesanos que se encargan del rubro de artesanías, no promueven el apoyo a estos; en cuanto a proporcionar conocimientos técnicos y financieros para que desarrollen un plan de negocios que les permita incrementar la producción y expandir su comercialización.

1.1.2 Caracterización del Problema

La sociedad en los últimos años ha perdido la esencia del significado que tienen las artesanías dejándolas a un lado, tanto por su materia prima como también por todas las personas que las elaboran, esto se debe al modernismo y el gran avance que va obteniendo la tecnología.

Los artículos con tejido macramé son un producto puramente artesanal y que por lo general no se elabora de forma sistemática ni en serie, su costo tiende a ser más elevado. Los emprendedores de este rubro realizan la producción y comercialización de forma empírica, es decir que no se capacitan, no reciben instrucción técnica para la realización de sus artículos y a pesar que el 71% de la población se considera capaz de manejar un negocio (dato obtenido según estudio realizado por la GEM (2014-2015)), no todos poseen el potencial requerido para emprender o para mantener el negocio solvente, es por ello que surge la necesidad de contar con un plan de negocios que les facilite la forma de producir y comercializar sus productos dentro del mercado.

Según el estudio de emprendimiento en El Salvador, que elaboró Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en los años 2014 al 2015 se desarrolló con el objetivo de aportar insumos que permitan diseñar mejores programas y políticas de apoyo al emprendimiento. Las principales recomendaciones que proporcionan son: orientar a los emprendedores con programas de apoyo y desarrollar capacidades emprendedoras como:

- Contabilidad
- Planificación de negocios o
- El estudio del potencial de mercado donde pueden introducirse.

Lo anterior es con el fin de educar a los emprendedores para el éxito de sus negocios.

1.1.3 Formulación del Problema

Los emprendedores artesanos realizan de forma empírica la producción y comercialización de sus productos, debido que no cuentan con conocimientos técnicos que les permita aprovechar las oportunidades de dar a conocer sus productos de una manera estratégica, ni herramientas administrativas financieras que les permitan diseñar e implementar un plan de negocios.

Es por ello que surge la necesidad de realizar este estudio dirigido a los emprendedores del sector artesanal, que sirva como una guía y que les permita realizar de manera estratégica la producción y comercialización de sus productos. Es por lo anteriormente señalado es que surge la interrogante:

¿En qué medida el diseño de un plan de negocios facilitará la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica macramé para emprendedores del municipio de San Salvador?

1.1.4 Objetivos

1.1.4.1 General

Implementar un diseño de plan de negocios para la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé, para emprendedores del municipio de San Salvador.

1.1.4.2 Específicos

Recopilar información bibliográfica que facilite y fundamente la investigación sobre el diseño de un plan de negocios para la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé.

Determinar a través de la investigación de campo las formas en las que se lleva a cabo actualmente la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica macramé.

Generar una propuesta por medio de un plan de negocios para la mejora eficiente de la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica macramé.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Antecedentes Históricos del Macramé

Históricamente, el origen del Macramé, se remonta a Oriente (2300 a. c.), a Mesopotamia, a los pueblos asirios y a los persas, fueron ellos los primeros en anudar con el fin de decorar sus tapetes y que más tarde los árabes lo llevarían a Europa y los europeos a América. La palabra macramé tiene su origen francés y turco cuyo significado en francés es *nudo* y en turco *makrama*.

El gran antecedente histórico del macramé es el nudo: anudar es una de las primeras manifestaciones culturales de la humanidad que fue indispensable en la evolución del ser humano y que se ha ido innovando a través de los tiempos modernos dando paso al desarrollo del arte en nudos, su mayor auge se dio en los años 60's y 70's, en la actualidad, se puede observar una gran variedad de productos decorativos elaborados con esta técnica.

A lo largo de la historia se conoce que los marinos jugaron un papel fundamental en la popularización del macramé, esto debido a que los nudos tenían muchos usos prácticos a bordo de los barcos, elaborando artículos como hamacas, cinturones, sombreros entre otros, productos finales que vendían o intercambian en los diferentes destinos es así como la técnica de anudar se convirtió en una actividad fundamental en la cotidianidad del hombre.

1.2.2 Antecedentes del Macramé en El Salvador

En los años setenta el macramé fue promovido por diferentes diseñadores del país, quienes se encargaron de recuperar la técnica para crear elementos decorativos, hasta la fecha el arte en nudos mejor conocido como macramé se sigue innovando y renovando, en manos de los artesanos emprendedores en el territorio nacional.

Es sin duda este arte una fuente de ingresos para los salvadoreños que han tomado a bien emprender en el tejido con nudos; elaborando artículos para la decoración del hogar como hamacas, macetas colgantes, repisas colgantes y una amplia variedad de piezas que dejan ver la creatividad y el empeño de quien los realiza, estos artículos son elaborados con elementos naturales como el algodón y el yute que brindan un ambiente cálido y bohemio en los espacios libres.

1.2.3 Conceptos Generales del Macramé

Macramé. El macramé es un tipo de artesanía textil que se elabora haciendo varios tipos de nudos, los cuales pueden combinarse para crear un número infinito de piezas funcionales y bellas. (Micaela, 2021)

Es el arte de tejer con nudos en el que solo interviene las manos para la elaboración de diversos artículos y se utilizan hilos de fibras vegetales como el algodón, el yute, la seda y son anudados de una forma ordenada para transformarlos en artículos decorativos.

1.2.3.1 Tipos de Nudos

Para el proceso y elaboración de las piezas en macramé se deben utilizar una variedad de nudos que combinados entre sí dan como resultado el producto final para poder ser comercializado. (Chauvel, 2020)

Nudo Alondra. Es muy usado como nudo de montaje, anclaje, enganche o sujeción. Este nudo de macramé es útil hasta para montañistas por su resistencia y por lo fácil que es de hacer y deshacer.

Nudo Presilla de Alondra. Que es su verdadero nombre, está formado por dos nudos cotes (o medio nudos) atados en direcciones opuestas.

Nudo Alondra Alternado. Se logra al atar un nudo alondra vertical alrededor de la cuerda de sujetar.

Nudo cordón: es un nudo de macramé que se suele realizar con múltiples cuerdas para formar un acordonado rígido. Los tejidos de macramé que se hacen con este tipo de nudo sirven para dibujar líneas rectas, diagonales o curvas, con la finalidad de aportar diseño y textura a la malla o trama tejida.

Nudo Espiral: es un nudo con dos acabados porque puede girar hacia la derecha o la izquierda dependiendo de con qué mano se ejecute el nudo. Generalmente se realiza con dos cuerdas centrales.

1.2.4 Generalidades de un Plan de Negocios

1.2.4.1 Definición de Plan

“Se denomina plan a la toma anticipada de decisiones que permite prever, organizar, coordinar y controlar situaciones, acciones y resultados”. (Ossorio, 2003, pág. 16)

Entonces, se entiende como plan al conjunto de decisiones y/o acciones que se busca realizar en el futuro. El plan permite la distribución metódica y sistemática de los recursos así mismo se evalúan las estrategias que se ejecutaran.

1.2.4.2 Definición de Negocios

Es un conjunto integrado de actividades y activos susceptibles de ser dirigidos y cuestionados con el propósito de cuestionar una rentabilidad en forma de dividendos, menores costes u otros beneficios económicos directamente a los inversores u otros propietarios, miembros o partícipes. (Young, 2015)

Es la realización de una serie de actividades a la que se le destina un dinero específico para satisfacer, un producto o productos, las necesidades de un segmento o grupo de consumidores. (Botero, 2010)

Es decir que se le llama negocio a la actividad de obtener dinero a cambio de la producción y distribución de producto o servicios que benefician a otras personas. Existen diferentes tipos de negocios estos se clasifican de acuerdo con su ámbito de producción, su forma jurídica y su tamaño.

1.2.4.3 Plan de Negocios.

Es un resumen, un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz; el cual debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto/servicio, una estrategia, y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera e la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente. (Borello, 2000).

Un plan de negocios no es un simple documento donde se detallan las actividades a realizar, sino que es el instrumento estrictamente organizado que guiará los pasos para la ejecución de las estrategias en el proyecto, así como también el tiempo en el que estas se desarrollaran.

1.2.4.4 Importancia del Plan de Negocios

Su importancia radica en la definición del modelo de negocio que se quiere lograr, cubriendo todas las áreas de este como la producción, el mercado meta, capital humano necesario, la forma en que se invertirán los recursos financieros etc. Es por ello importante conocer y establecer los objetivos que se quieren alcanzar por medio de las estrategias para minimizar recursos, esfuerzo y tiempo.

Elaborar un Plan de Negocios, permite conocer los posibles escenarios y las variables a las que el proyecto se enfrenta, corregir las acciones que mantienen estancado el emprendimiento, así como darle seguimiento a las operaciones que están resultando positivas en el cumplimiento de objetivos.

1.2.4.5 Estructura de un Plan de Negocios

Es una descripción escrita de un proyecto, no existe una estructura estándar para elaborar un plan de negocios, pues este se debe diseñar de acuerdo a las necesidades que el proyecto exige, es por ello que se deben detallar las ventajas y las complejidades que conlleva su desarrollo esto facilitará su lectura y permitirá hacer ajustes a su contenido.

Es así como varios autores han elaborado su propia estructura de un plan de negocio partiendo de las necesidades del proyecto y de lo que ellos consideraban de importancia adicionar.

Según, José Enrique Bóveda, Adalberto Oviedo y Ana Luba Yakusik. (2015). Guía práctica para la elaboración de un plan de negocios. Editorial INCUNA JICA. Pág. 3 lo estructuran así:

Tabla 1

Estructura de un plan de Negocios

Contenido
1. Gestión estratégica
2. Gestión de marketing
3. Gestión operativa
4. Gestión de personas
5. Gestión legal
6. Gestión financiera

Nota. La tabla muestra la estructura de un plan de Negocios

Los autores de la tabla 1 consideraron estructurar de la forma más sencilla el plan de negocios, es por ello que lo dividieron en ocho apartados que son: gestión estratégica, gestión de marketing, gestión operativa, gestión de personas, gestión legal y gestión financiera; cada una de estas gestiones se desarrollan con los temas que se estiman convenientes para elaborar el proyecto y simplificando su comprensión.

También Longenecker, Petty, Palich y Hoy. (2012). En su libro *Administración para Pequeñas Empresa*. (16° Edición). Editorial Cengage Learning. Pág. 172, lo estructuran así:

Tabla 2

Estructura de un plan de negocios.

Contenido	
1. Portada	8. Plan de Operaciones y Desarrollo
2. Tabla de Contenido	9. Equipo Gerencial
3. Resumen Ejecutivo	10. Riesgos críticos
4. Industria, cliente meta y análisis competitivo	11. Oferta
5. Descripción de la Empresa	12. Estrategia de salida
6. Plan de producto/servicio	13. Plan de financiamiento
7. Plan de Marketing	14. Apéndice y documentos de apoyo

Nota. Esta tabla muestra la estructura que debe presentar un Plan de Negocios.

Para los autores de la tabla 2 en su libro *Administración para pequeñas empresas* presentan la estructura de un plan de negocios, a diferencia de la tabla 1, en ella se presenta la descripción de la empresa, así como la industria a la que pertenece, el cliente meta y el análisis competitivo siendo su contenido bastante completo para la elaboración del plan.

Y el Dr. Óscar Hugo Pedraza. (2014). Modelo del Plan de Negocios: para el micro y pequeña empresa. (1° Edición). Editorial Patria. Pág. 1 lo estructura de la siguiente manera:

Tabla 3

Estructura de un Plan de Negocios

Contenido
Portada
Resumen ejecutivo
1. Descripción del negocio
2. Productos y servicios seguimiento de gestión
3. Mercado
4. Análisis de la competencia
5. Procesos y procedimientos de operación
6. Organización y el personal estratégico
7. Aspectos económicos y financieros
8. Principales riesgos y estrategias de salida
9. Sistema de Seguimiento de Gestión
10. Documentos de apoyo, anexos

Nota. En la tabla 3 se muestra la estructura de un Plan de Negocios

Los autores antes mencionados presentan el contenido para la elaboración de un plan de negocios, la tabla 3 desarrolla las principales gestiones que se necesitan para la ejecución del tema. Es posible observar que se han basado en los elementos que una institución debe prestar mayor atención para su perfecto funcionamiento, como lo es el marketing, procesos de operación, el recurso humano, aspectos económicos y financieros entre otros, esto sin dejar a un

lado las actividades secundarias, que surgen como complemento a las funciones antes mencionadas.

Presentadas las estructuras anteriores que fueron desarrolladas por varios autores, se puede concluir que la estructura de la tabla 2 es la más completa para aplicarla a cualquier tipo de negocio puesto que en ella se puede observar que su contenido es más amplio, integrando aquellos aspectos claves que conforman un plan. Es así, que el grupo de investigación se basa en la estructura de la tabla 2 para presentar al emprendimiento la estructura del plan de negocios.

1.2.4.6 Gestión de Marketing

Para que todo negocio pueda alcanzar sus objetivos, deberá orientar todos sus esfuerzos hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores, es decir que es lo que el mercado necesita, los consumidores deciden qué se produce, cómo se produce y cómo se distribuye.

Una de las principales funciones del marketing es desarrollar y mejorar los productos para ello es indispensable el estudio de mercado y el diseño de estrategias de mercado que permitan alcanzar los objetivos establecidos por los negocios.

Es por ello, que la gestión de marketing, busca adaptarse y dar soluciones a las necesidades del cliente, es así que se apoya de las siguientes acciones:

Estudio de Mercado: Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Urbina, 2013)

“La importancia de hacer un estudio de mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada”. (questionpro, s.f.)

Se entiende por estudio de mercado que es un análisis profundo del entorno para obtener la información necesaria que ayudara ejecutar o rechazar un proyecto.

Mercado Objetivo: Es un conjunto de individuos que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide servir. Estos individuos son por lo general los usuarios finales de un producto. (Kotler, 2013)

El mercado objetivo es a quien se pretende atraer, para que consuma los bienes o servicios que la empresa tiene a disposición.

Mezcla de Marketing: "Es el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta.

La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto". (Kotler, 2013)

Según la Asociación Americana de Marketing (AMA, 2013) es la técnica de planificar y ejecutar, los conceptos básicos y principales del marketing mix o también conocido como 4ps (Producto, precio, distribución y promoción) con el fin de que surjan y emerjan ideas que satisfagan los objetivos del cliente y la empresa.

La mezcla de marketing son todas las herramientas que se utilizan y combinadas entre si se logra llegar al objetivo deseado, es decir cómo se atrae al mercado meta. Es por ello que se deben conocer los cuatro componentes del Marketing mix o la Mezcla de marketing que influyen para alcanzar los objetivos. Estas variables conocidas como "las 4 P'S" son: producto, precio, plaza y promoción.

Producto: Kotler y Armstrong, (2008). Ambos autores definen al producto como: todo objeto, cosa o artículo que puede complacer un deseo o necesidad en un mercado que cuenta con una demanda insatisfecha, siempre y cuando se desarrolle con la debida atención en el mercado, adquisición del producto o consumo del mismo.

Para Kerin, Hartley y Rudelius, (2009) el producto es un artículo, el cual está conformada por un numero de atributos perceptibles (mercancías) o intangibles (servicios), que cumplen el rol de complacer la necesidad de un comprador o consumidor a cambio de pago en una cierta cantidad de dinero.

Precio: es el monto expresado en suma de dinero por el cual el comprador paga al vendedor para adquirir el producto o servicio y de esta forma llegar a satisfacer sus necesidades. (Kotler, 2013)

Ahondando, precios se entiende que es el conducto en que la entidad asigna valor a sus productos o servicio, fijar precios es de las decisiones más importantes en el marketing, pues de ello depende la rentabilidad del negocio, ofreciendo al consumidor precios justos y razonables por bienes y servicios de alto valor.

Promoción: el conjunto de actividades sistemáticas que promueven información y datos de las cualidades de un producto o servicio para inculcar y promover al comprador en adquirirlo. (Kotler, 2013)

Es el desarrollo de transmisión de datos características de un producto que logra llegar a contactar al productor con el consumidor en un momento dado. (Baena, 2010).

Esta variable del marketing mix tiene por objetivo persuadir al consumidor, interferir en su comportamiento de compra para favorecer al producto o servicio que una empresa ofrece.

Plaza o Distribución: el conjunto sistemático de tareas que la compañía y/o empresa controla, realiza y ejecuta para poder ser guiadas a que la mercadería o servicio se encuentre disponible (stock) o en venta dentro del mercado específico. (Kotler, 2013)

1.2.4.7 Gestión Operativa

Son los procesos por los cuales se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, todo ello es obtenido a través de la secuencia de actividades en un tiempo requerido, la gestión operativa podría tomar varios rumbos, según el tipo de negocio. En esta sección se propone detallar como se utilizarán los recursos involucrados a la elaboración del producto.

Tabla 4

Recursos involucrados en la generación del producto.

Recursos	Concepto
Localización	Se estudia los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando un lugar que ofrece beneficios, costos, es decir que se obtenga utilidad. Se estudian los factores como; geográficos, institucionales, sociales y económicos.
Recursos para las operaciones	En esta sección se estiman los recursos e insumos necesarios para la elaboración del producto y que el negocio pueda operar. Se hace un detalle de todo lo que será fundamental y necesario para el funcionamiento de los procesos productivos, tales como: materia prima, insumos y suministros. Así como las herramientas, utensilios y bienes muebles e inmuebles que dispondrá el negocio.
Flujograma de proceso	Representa gráficamente la secuencia de actividades del procedimiento. (Alexis Serrano, 2011). Posee detalles e información, donde se usa una simbología para

representar las operaciones efectuadas.

Distribución de la planta

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica. El objetivo es que el lugar tenga una integración, mínima distancia de recorrido y buena utilización del espacio.

Nota. La tabla anterior se detalla los procesos necesarios para la realización de un producto

Resumiendo lo planteado en la tabla 4, se entiende por gestión operativa que es el conjunto de tareas orientado a los procesos productivos para la elaboración de bienes. Esta sección busca simplificar las tareas de manera que los recursos involucrados sean utilizados eficientemente en la producción de los artículos.

Es así como la gestión operativa, tiene por objetivo el despliegue de recursos para obtener resultados concretos. Para cumplir con este objetivo es importante realizar:

Un análisis de los servicios: que se refiere a la concordancia de los productos o servicios ofrecidos y las necesidades o exigencias del mercado demandante

Un análisis de los procesos: es decir gestionar el correcto funcionamiento de los procesos de producción de los artículos.

1.2.4.8 Gestión Organizacional

El objetivo de esta gestión es la planificación de las acciones que contribuyan a formar un equipo de trabajo competitivo, desarrolle su talento y que sea productivo. Todo ello a través del liderazgo efectivo.

Tabla 5*Fundamentos de la gestión organizacional*

Componentes	Desarrollo
Estructura organizativa	<p>“Una estructura organizativa define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo” (Stephen Robbins y Judge, 2009).</p> <p>Es el diseño para un negocio, con el fin de cumplir con las metas propuestas y lograr los objetivos deseados.</p>
Organigrama	Es la representación gráfica de la estructura orgánica de un negocio, de las áreas en las que se muestra relación.
Perfiles de puesto de trabajo	Involucra los aspectos como características y descripción de las tareas, responsabilidades, habilidades, y experiencia que posee una persona para desempeñar su trabajo.
Análisis FODA	El análisis FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas), permite visualizar la situación tanto interna como externa del negocio, y establece objetivos y estrategias para el mismo.

Nota. La tabla anterior muestra el desarrollo de los fundamentos claves para una mejor gestión organizacional en la entidad.

Con base a la tabla 5 se entiende por gestión organizacional, que es el proceso de administrar en una organización los recursos de forma tangible o intangible, a través de acciones y tareas como: la planificación, la toma decisiones, dirección jerárquica y la organización en su capital humano. Con el fin de determinar el buen desempeño organizacional bajo parámetros óptimos y coordinados con ayuda del capital humano que integran el negocio.

Además, en este apartado es importante analizar aquellos factores interno y externos clasificarlos de acuerdo a la severidad con la que pueden afectar a la organización, donde se deben aprovechar las fortalezas y oportunidades que el negocio obtenga para incrementar su productividad, también es elemental controlar los factores externos, estos son los que se deben ser tratados con mayor atención puesto que son los causantes amenazar el desarrollo del emprendimiento y que pueda causar un estancamiento en su crecimiento.

1.2.4.9 Gestión Financiera

El objetivo de este apartado es detectar los aspectos económicos que conllevan a la creación del proyecto y describe la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio del emprendimiento en una fecha concreta, que se plasman a través de los estados financieros.

“El estudio económico- financiero busca determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto”.
(Bacca, 1991).

Inversión Inicial: Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles e intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.(Baca, 2001).

En la inversión inicial es importante describir todos los productos y materiales que se necesitan para la consolidación de un negocio, es de suma importancia para la realización de un proyecto.

Capital de trabajo: Refleja que cuando una empresa inicia sus operaciones, además del capital invertido en activos fijos y en activos intangibles, deberá contar con una partida en efectivo para financiar los rubros que demanda el costo de producción de la fase inicial de operaciones de la empresa conformados por los inventarios de materia prima, productos semielaborados y productos terminados, por la nómina, gastos de fabricación y venta, y por el financiamiento de las cuentas por cobrar. (Blanco, 2006).

Estados Financieros: “Son resúmenes de resultados de las diferentes operaciones económicas de la empresa, en un periodo determinado o en una fecha específica futura”. (Alcaraz, 2001).

Es necesario cuantificar los recursos financieros que se necesitan para la adquisición de activos fijos y capital de trabajo, definir las fuentes de dichos recursos y realizar la proyección de los ingresos y gastos del proyecto. Se deberán elaborar estados financieros proyectados, para determinar los niveles de utilidad esperados y preparar los flujos de fondo del proyecto.

El objetivo de elaborar los estados financieros es para visualizar la viabilidad de un proyecto y con base a dicha información se pueda tomar decisiones.

Entre los estados financieros se puede tomar:

Estado de resultados: se obtiene la información precisa de los resultados positivos o negativos de las operaciones del negocio es decir que se detalla las pérdidas o ganancias producto de las operaciones al finalizar un periodo determinado. La finalidad del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

Para Gitman (2000), el estado de resultados proporciona un recurso financiero de los resultados operativos durante un periodo específico.

Flujo de efectivo: Es uno de los elementos básicos del análisis, la planeación y las decisiones de asignación de recursos. (Moyer, McGuigan y Kretlow, 2000).

El flujo de efectivo es de suma importancia debido a que representa las entradas y salidas de efectivo, durante un periodo específico. Ayuda a garantizar la liquidez, y consiguiente la viabilidad de la actividad y proyecto de un negocio.

Financiamiento: Es el proceso de viabilizar y mantener en marcha un proyecto específico, mediante la asignación de recursos capitales (dinero o crédito) para el mismo.

Alcaraz (2001) Indica que se deberá analizar, con base en los estados financieros proyectados, la cantidad de dinero que requerirá llevar a cabo sus actividades y cuando será necesario contar con el mismo. Por lo que es preciso buscar opciones de financiamiento y condiciones de pago (intereses y capital).

Fuentes de financiamiento: Es importante identificar las fuentes de financiamiento internas y externas para evaluar el proyecto si es financieramente posible. Siendo las fuentes de financiamiento internas: los recursos aportados por los interesados del proyecto, y las externas son aquellas que provienen de préstamos por instituciones financieras.

Evaluación económica – financiero: Comprende el monto de los recursos económicos necesarios para el desarrollo de un proyecto previo a su puesta en marcha, así como los costos que se requieren para su operación. El objeto de la evaluación es la toma de decisiones sobre cuál es el mejor uso de los recursos disponibles.

“La evaluación se basa en estimaciones de lo que se espera sean en el futuro los beneficios y costos que se asocian con un proyecto” (Sapag chain, 2008, pág 8)

Indicadores de Viabilidad: Se utilizan para evaluar un proyecto, al momento de analizar si conviene o no, es necesario utilizar ciertos indicadores financieros, que permita tomar decisiones objetivas. Respecto al plan de negocios permitirá identificar la viabilidad para el proyecto y tomar las mejores decisiones para ponerlo en marcha en cuanto al aspecto técnico, comercial, económico y financiero.

Indicadores de viabilidad más importantes:

Valor presente neto (VPN): Es la diferencia entre el valor presente de los flujos de entrada de efectivo y el valor presente de los flujos de salida de efectivo. (Johnson, Robert W, Melicher, Ronald W, 2000).

Tasa interna de retorno (TIR): Tasa que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados igualándolos con el desembolso inicial de la inversión. (Dumrauf, 2003)

Utilidad líquida: Es un indicador que mide la ganancia líquida (después de pagar los impuestos) en relación a las ventas. (Jica, 2015).

Rentabilidad: Es la relación entre ingreso y costos generados por el uso de activos de la empresa en actividades productivas. (Gitman, 1997).

Presupuestos Financieros: “Es la estimación programada, en forma sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo, es un periodo determinado”. (Del Rio, González Cristóbal, 2002).

Un presupuesto es un plan dirigido a cumplir con un objetivo previsto, que se expresa en términos financieros respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una entidad, en otras palabras, es una herramienta que permite pronosticar cuales son los ingresos y gastos en un tiempo determinado.

Importancia de los presupuestos: Es una herramienta para la planeación y control de actividades que reflejan el comportamiento de indicadores económicos, que permite a la entidad mantenerse en el mercado competitivo. Desde una perspectiva financiera, si no se cuenta con un sistema de presupuestos debidamente coordinado, la administración tendrá solo una idea muy vaga respecto a donde dirigirse.

Principales presupuestos

Presupuesto de ventas: Detalla los ingresos por ventas esperada proveniente de las actividades básicas de operación de una entidad en un periodo determinado.

Presupuesto de producción: Detalla el costo y número de unidades que debe producir en un periodo futuro determinado.

Presupuesto de compras: Son los principales materiales que se involucran en el proceso de fabricación que se asocian con el producto y representan el principal costo de materiales.

Presupuesto de gasto de fabricación: Muestra la separación de los gastos variables y fijos, son gastos que se deben cargar al costo del producto.

Presupuestos de gasto administración y venta: Calcula todos los costos incurridos indirectamente con la producción del producto y todos los elementos que intervienen en este proceso.

1.3 Marco Legal e Institucional

1.3.1 Marco Legal

Las leyes vigentes en El Salvador que respaldan el trabajo y comercio, y que además regulan y equilibran la sociedad en sus diferentes sectores.

Tabla 6

Leyes que respaldan el trabajo y comercio en El Salvador.

Leyes	Artículos
CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR	<p>Art.1- Es obligación del Estado asegurar a los habitantes de la República, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social.</p> <p>Art. 63.- 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.</p> <p>Art. 101.- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.</p> <p>Art. 102.- El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país.</p>
LEY FOMENTO, PROTECCION DESARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL.	<p>Art. 1.- La presente ley tiene por objeto fomentar, proteger y desarrollar al sector artesanal, reconociendo como pilar fundamental a la persona dedicada a la producción de artesanías.</p> <p>Art. 3.- La presente ley se aplicará dentro del territorio nacional a las personas artesanas salvadoreñas que se dedican al diseño, producción y comercialización de sus artesanías.</p>

LEY DE FOMENTO **Art.1.-** La presente Ley tiene por objeto fomentar la creación, **PROTECCIÓN Y** protección, desarrollo y fortalecimiento de los micros y pequeñas **DESARROLLO** empresas y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, **PARA LA MICRO Y** a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor **PEQUEÑA** agregado a la producción.

EMPRESA. **Art.5.-** El gobierno central y los municipios propiciarán el apoyo a los nuevos emprendimientos y a las MYPE ya existentes, incentivando la inversión privada, promoviendo una oferta de servicios empresariales y servicios financieros.

CODIGO DE **Art.1.-** Los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles **COMERCIO** se regirán por las disposiciones contenidas en este código y en las demás leyes mercantiles, en su defecto, por los respectivos usos y costumbres, y a falta de estos, por las normas del código civil.

Art. 3.- Son actos de comercio: Los que tengan por objeto la organización, transformación o disolución de empresas, y los actos que recaigan sobre cosas mercantiles.

Art. 4.- Los actos que sean mercantiles para una de las partes, lo serán para todas las personas que intervengan en ellos.

Art. 6.- Solamente pueden ejercer el pequeño comercio y la pequeña industria los salvadoreños por nacimiento y los centroamericanos naturales, quienes tendrán derecho a la protección y asistencia técnica del Estado.

CÓDIGO DE Objeto

TRABAJO

Art. 1.- El presente Código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente en los establecidos en la Sección Segunda Capítulo II del Título II de la Constitución.

Ámbito de aplicación

Art. 2.- Las disposiciones de este Código regulan:(1) a) Las relaciones de trabajo entre los patronos y trabajadores privados; y(1) b) Las relaciones de trabajo entre el Estado, los Municipios, las Instituciones Oficiales Autónomas y Semiautónomas y sus trabajadores.(1)

Art. 8.- El monto de los salarios que devenguen los salvadoreños al servicio de una empresa, no deberá ser inferior al ochenta y cinco por ciento de la suma total que por ese concepto pague la misma. Sin embargo, podrá alterarse este porcentaje en los mismos casos y forma que establece el artículo anterior.

LEY**DE****IMPUESTO SOBRE
LA RENTA**

Art. 1.- La obtención de rentas por los sujetos pasivos en el ejercicio o período de imposición de que se trate, genera la obligación de pago del impuesto establecido en esta Ley.

Renta Obtenida

Art. 2.- Se entiende por renta obtenida, todos los productos o utilidades percibidas o devengados por los sujetos pasivos, ya sea en efectivo o en especie y provenientes de cualquier clase de fuente, tales como: a)

Del trabajo, ya sean salarios, sueldos, honorarios, comisiones y toda clase de remuneraciones o compensaciones por servicios personales;*

b) De la actividad empresarial, ya sea comercial, agrícola, industrial, de servicio y de cualquier otra naturaleza; c) Del capital tales como, alquileres, intereses, dividendos o participaciones; y d) Toda clase de productos, ganancias, beneficios o utilidades, cualquiera que sea su origen.

Nota. La tabla 6 presenta las leyes que amparan el trabajo y comercio en El Salvador, así como proteger y desarrollar al sector artesanal.

1.3.2 Marco Técnico

Norma internacional de información financiera para las pequeñas y medianas entidades (NIFF para PYMES).

Fundación I.F.R.S (2009). Material de formación sobre sobre la NIFF para las PYMES.

London: Fundación IFRS. Las NIFF para PYMES establecen los requerimientos de información a revelar, medición, presentación y reconocimiento de los estados financieros, para que reflejen una imagen fiel de la compañía.

Su objetivo principal es poder tomar las decisiones correctas que favorezcan a la compañía y a los usuarios externos de dichos estados, sabiendo que una manipulación de estos puede conllevar a multas y sanciones. Al ser un emprendimiento pequeño, acogeremos esta NIFF que facilita y mejora la calidad de la información financiera, debido a que tiene una estructura establecida en ella, cuenta con 35 secciones enfocadas a los aspectos generales que se dan en el negocio como

estados financieros, costos, ingresos, gastos, valuación de inventarios, entre otras situaciones contables.

1.3.3 Formulación de Hipótesis

Las hipótesis, son las guías precisas hacia el problema de investigación o fenómeno que se estudia (Sampieri R. H., 2006). Es decir que la formulación de hipótesis son los requisitos que se deben cumplir al redactar o presentar una hipótesis en la investigación que se está realizando.

1.2.3.1 Hipótesis de Trabajo

Con la elaboración del diseño de un plan de negocios se facilitará el incremento eficiente de la producción y una viable comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé, para emprendedores del municipio de San Salvador.

1.2.3.2 Operacionalización de Hipótesis

En la siguiente tabla se muestra las hipótesis propuestas por el grupo de trabajo, así como las variables que resultaron de ella y estas se desglosan las siguientes variables e indicadores.

Tabla 7

Hipótesis de trabajo propuestas

Hipótesis de trabajo	Variable independiente	Indicadores
Con la elaboración del diseño de un plan de negocio se facilitará el incremento eficiente de la producción y	Elaboración del diseño de un plan de negocio	✓ Definición de negocio ✓ Estrategias de negocio

<p>una viable comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé, para emprendedores del municipio de San Salvador.</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p>	<p>INDICADORES</p>	<p>✓ Análisis de resultados</p> <p>✓ Diseño de planta</p> <p>✓ Oferta</p> <p>✓ Demanda</p>
---	---	---------------------------	--

Nota: la tabla 7 muestra la hipótesis de la investigación junto a sus variables.

CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Metodología de la Investigación

Para el autor (Tamayo, 1984) la metodología de la investigación es “científicamente un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación; por lo cual se presentan los métodos y técnicas para la realización de la información”

Por tanto, se entiende como metodología de la investigación como el conjunto de procesos y técnicas que se aplican para resolver un problema de manera ordenada y sistemática, proporcionando un análisis e interpretación de los datos obtenidos.

2.1.1 Método de Investigación

Para definir qué método de investigación se llevó a cabo es importante comprender que es un método de investigación, “es un procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento. El método lo constituye el conjunto

de procesos que el hombre debe emprender en la investigación y demostración de la verdad”. (Navarro, 1996)

Método científico: Existen diversos métodos de investigación, en este caso se utilizó el método científico, que para (Tamayo T. , 2012) es “un conjunto de procedimientos por los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajo investigativo”.

Por tanto, método científico es la secuencia lógica del procedimiento que se emplea para resolver problemas de investigación mediante la verificación de hipótesis, a través de los instrumentos, y se determinó que es el método que mejor se adapta a la investigación que se realizó.

2.1.2 Tipos de Enfoque de la Investigación

Existen diversos enfoques de investigación entre los cuales destacan, el enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto.

Los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos. (Sampieri, 2014).

Enfoque cuantitativo: Por la naturaleza de la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, como procedimiento del estudio. “La investigación cuantitativa, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Sampieri H. , 2014)

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)

Se comprende entonces que una investigación cuantitativa consta de la obtención de datos, gracias a procedimientos estadísticos que ayudan a la resolución de problemas. Para este tipo de investigación se necesitó de pruebas que ayudan a obtener datos cuantificables de lo estudiado en una población.

2.1.3 Tipo de Investigación

Cuando se va a resolver un problema de forma científica, es muy conveniente tener un conocimiento detallado de los posibles tipos de investigación que se pueden seguir. Este conocimiento hace posible evitar equivocaciones en la elección del método adecuado para un procedimiento específico. (Tamayo T. , 2012, pág. 15)

Investigación de tipo descriptiva: Se realizó una investigación de tipo descriptiva, (Sampieri R. H., 2014, pág. 92) señala: “Es la que pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta del fenómeno que se somete a análisis”.

Para (Tamayo M. , 2006), el tipo de investigación descriptiva, “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo, cosa funciona en el presente; la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos una interpretación correcta”.

Es decir que este tipo de estudio permitió analizar y evaluar la dimensión y características que necesita tener un plan de negocio para producir y comercializar artículos con tejido macramé para los emprendedores del municipio de San Salvador.

2.1.4 Fuentes de Recolección de Datos

Para la recolección o recopilación de la información fue necesario que se utilizara fuentes primarias y fuentes secundarias.

Fuentes primarias: Constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporcionan datos de primera mano. (Dankhe, 1986)

Son las fuentes que facilitan la obtención de información de primera mano, que proviene de personas conocedoras, y de las personas involucradas en el rubro artesanal, como lo es el personal de instituciones como Casarte y CONAMYPE quienes tienen relación directa con una parte de los artesanos del municipio de San Salvador, a quienes brindan apoyo y orientación para desenvolverse en la parte comercial a los artesanos, así como se recopiló información directa con los artesanos del Municipio de San Salvador, que son quienes viven y conocen de primera mano la realidad de este rubro.

Fuentes secundarias: Son compilaciones resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias). Es decir, reprocesan información de primera mano. (Dankhe, 1986)

Son aquellas fuentes de información bibliográfica cuyo contenido está constituido por libros originales y resúmenes de diferentes fuentes. Dentro de estas fuentes de información relacionadas con el tema de diseño de un plan de negocios para la producción y comercialización de artículos macramé, se consultaron las siguientes:

- Libros
- Tesis
- Reportes de Asociaciones
- Artículos

También las publicaciones de instituciones especializadas en el tema, por ejemplo, publicaciones de CONAMYPE, al mismo tiempo presentaciones y conferencias de diferentes personas e instituciones dedicadas al tema del Emprendedurismo.

2.1.5 Técnicas e Instrumentos de Investigación

Las técnicas o métodos y los instrumentos de investigación son los medios o formas de recolectar la información que se utilizaron para medir el comportamiento o los atributos de las variables.

2.1.5.1 Técnicas

Se entiende por técnica como el conjunto reglas y de procedimientos sistemáticos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto de estudio en la investigación. Existen diversas formas de recolectar información entre ellas están: la encuesta, la entrevista y la observación directa.

La encuesta: Es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. (Tamayo T. , 2012, pág. 24)

Es un conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Esta técnica se aplicará a los artesanos del departamento de San Salvador especialmente a la mesa de trabajo de CONAMYPE y el mercado de artesanías.

La entrevista: La entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación. (Sabino, 1992)

Es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideran fuente de información. Esta técnica se desarrolló con las personas artesanas encargadas de ejecutar la técnica de tejidos macramé.

Observación directa: La observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual. (Bunge, 1987)

Esta técnica se implementó mediante las visitas constantes al mercado de artesanías y otros sectores de ventas de artesanías del municipio de San Salvador, en pleno desarrollo de las actividades productivas, en momentos cotidianos y actividades normales que tienen los artesanos en su día a día.

2.1.5.2 Instrumentos

Son los recursos que el investigador tiene a disposición para recolectar la información que está buscando dentro de la investigación.

Cuestionario: El cuestionario es tal vez el más utilizado para la recolección de datos; este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (Sampieri H. , 2014)

Instrumento que permitió recopilar información para el desarrollo de las encuestas a los emprendedores del municipio de San Salvador. Se elaboró un instrumento que contiene una serie de preguntas con opciones múltiples y que permitió recopilar información que se utilizó para el desarrollo de las encuestas a los artesanos del municipio de San Salvador.

2.1.6 Ámbito de la Investigación

2.1.6.1 Objeto de Estudio

Es relevante enunciar que el objeto que se estudió en la presente investigación fue la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé para emprendedores, y se identificó la participación económica, social y cultural que tiene este artículo en el mercado y con base a esto diseñar un plan de negocio idóneo para este.

2.1.6.2 Unidad de Análisis

La población que estuvo sujeta a estudio, fue aquella perteneciente al Municipio de San Salvador, dicha población es clasificada como finita, ya que se tiene conocimiento que la población total del municipio de San Salvador, es de 316,090 habitantes, según datos extraídos de la Dirección General de Estadísticas y Censos: División de Censos y Encuesta de Hogares de Usos Múltiples 2008. De dicho municipio se estudió específicamente al sector artesanal que está compuesto en un total de 1,187 según bases de datos de CONAMYPE.

2.2 Determinación del Universo y Muestra.

2.2.1 Universo

El Universo es el conjunto de elementos, personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras, finitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación. (Carrasco, 2005)

El universo es el conjunto de unidades sobre el que se versa la investigación, el universo que se estudió está compuesto por 1,187 artesanos todos pertenecientes al municipio de San Salvador, entre las edades de 18 a 75 años de edad, entre hombre y mujeres.

2.2.2 Muestra

Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. (Arias, 2012)

Para la determinación de la muestra se utilizó la distribución de la curva normal de la cual se estableció la probabilidad de éxito y fracaso de la investigación, el nivel de confianza y de error.

La fórmula a utilizar es para determinar la muestra de una población finita es la siguiente.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}$$

En donde:

n= la muestra a determinar

N= la población que se conoce

Z: es el nivel de confianza con el que se trabajará, requerido para generalizar los resultados hacia la población de la cual se extrajo la muestra.

p= Suceso positivo que teóricamente se espera.

q= Eventos negativos que teóricamente se espera sucedan.

E= Error muestral aceptado de antemano.

Aplicando la fórmula para determinar la muestra se trabajó considerando un nivel de confianza del 95%, y un error máximo del 5%.

Sustituyendo los valores encontrados

En donde:

$$n = \frac{(1,187) \cdot (1.96^2) \cdot (0.05) \cdot (1 - 0.05)}{(1,187 - 1) \cdot (0.05^2) + (1.96^2) \cdot (0.05) \cdot (1 - 0.05)}$$

n = la muestra a determinar

N = 1,187

Z : 1.96

q = 5%

p = (1-P)

E = 5%

$$n = \frac{(1,187) \cdot (1.96^2) \cdot (0.05) \cdot (1 - 0.05)}{(1,187 - 1) \cdot (0.05^2) + (1.96^2) \cdot (0.05) \cdot (1 - 0.05)}$$

$$n = \frac{216.599012}{3.147476}$$

$$n = 68.8167$$

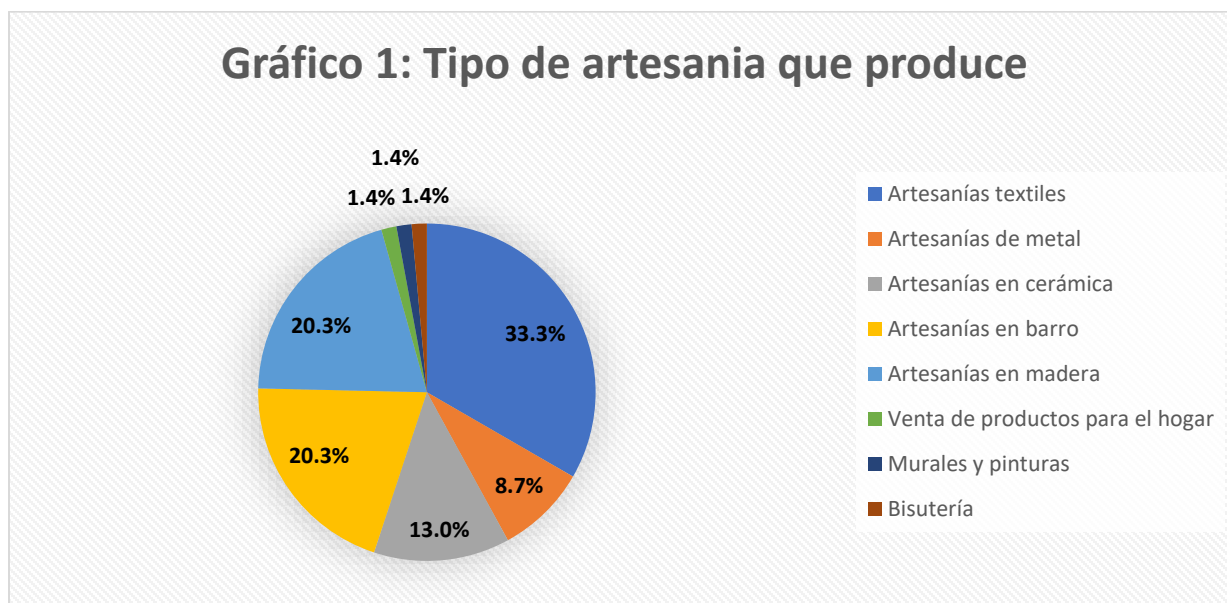
$$n \approx 69$$

Es así como se determina que un total de 69 emprendedores del municipio serán encuestadas para recopilar la información que se solicita en esta investigación.

2.3 Análisis e Interpretación delos Datos Procesados

Pregunta 1. ¿Qué tipo de artesanía es la que produce y comercializa?

Tipo de artesanía que produce	Fr	Fr%
Artesanías textiles	23	33.3%
Artesanías de metal	6	8.7%
Artesanías en cerámica	9	13%
Artesanías en barro	14	20.3%
Artesanías en madera	14	20.3%
Venta de productos para el hogar	1	1.4%
Murales y pinturas	1	1.4%
Bisutería	1	1.4%
Total	69	100%

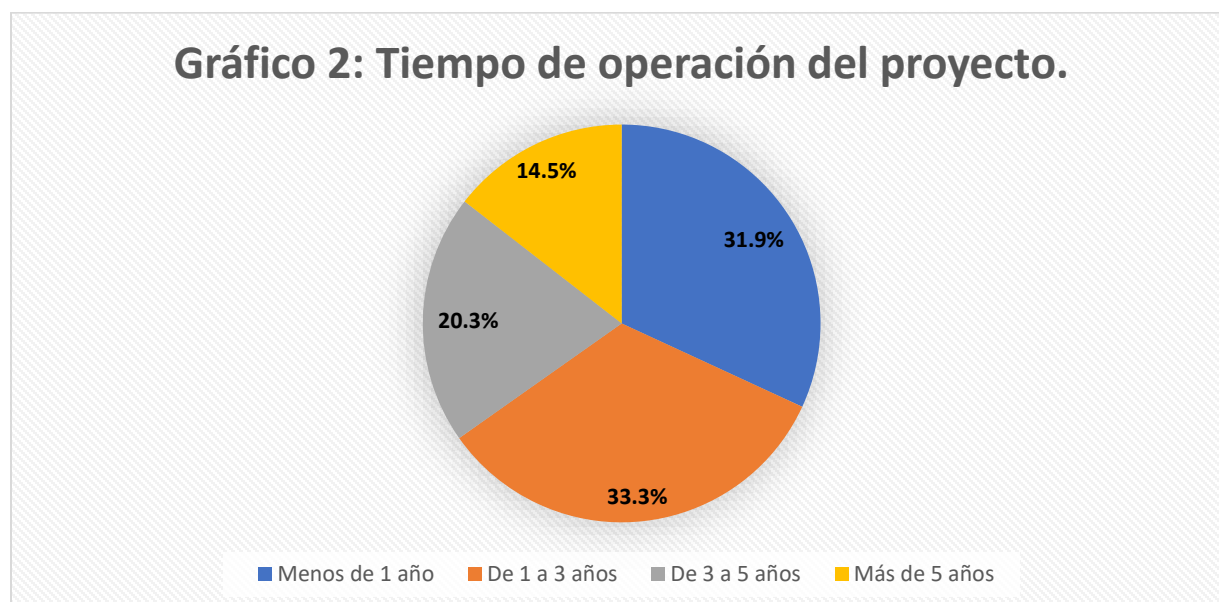


Interpretación: Según los resultados obtenidos se determinó que la mayoría de artesanos del municipio de San Salvador se dedican a las artesanías textiles específicamente el 33.3% de los encuestados, las artesanías en barro y en madera lo conforman el 20.3% de los artesanos respectivamente, es importante la obtención de este dato pues el plan de negocio estará dirigido al rubro textil de las artesanías.

Pregunta 2. ¿Tiempo de operación del emprendimiento?

Tiempo de operación	Fr	Fr%
Menos de 1 año	22	31.9%
De 1 a 3 años	23	33.3%
De 3 a 5 años	14	20.3%
Más de 5 años	10	14.5%
Total	69	100%

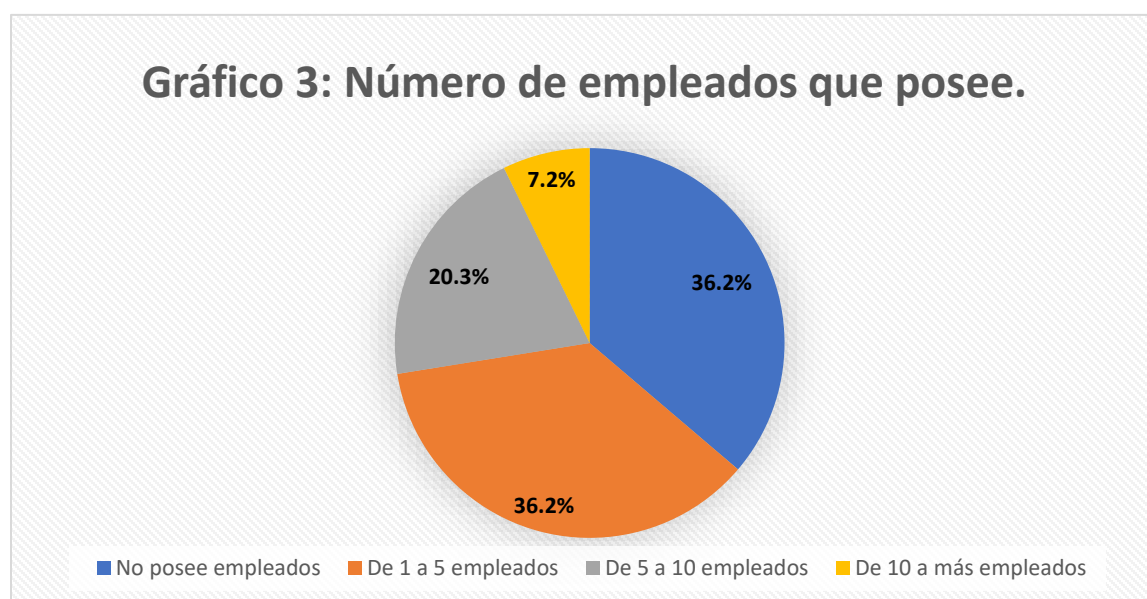
Gráfico 2: Tiempo de operación del proyecto.



Interpretación: Según los artesanos encuestados la cantidad de tiempo que ellos llevan emprendiendo esta entre menos de un año a tres años, es decir que la mayoría de emprendedores de San Salvador llevan poco tiempo en este rubro, esto se debe según el informe GEM 2012 que muchos de se encuentra en la fase temprana (TEA por sus siglas en inglés) del crecimiento del negocio y el abandono del mismos; esto reside en la falta de financiamiento, en la violencia y criminalidad y en que el sistema educativo no contribuye a desarrollar actitudes y competencias emprendedoras, Por ultimo un porcentaje menor pero no menos importante si tienen más de 5 años desempeñándose en su rubro, es decir que han logrado una mayor estabilidad en su negocio.

Pregunta 3. ¿Número de empleados que posee?

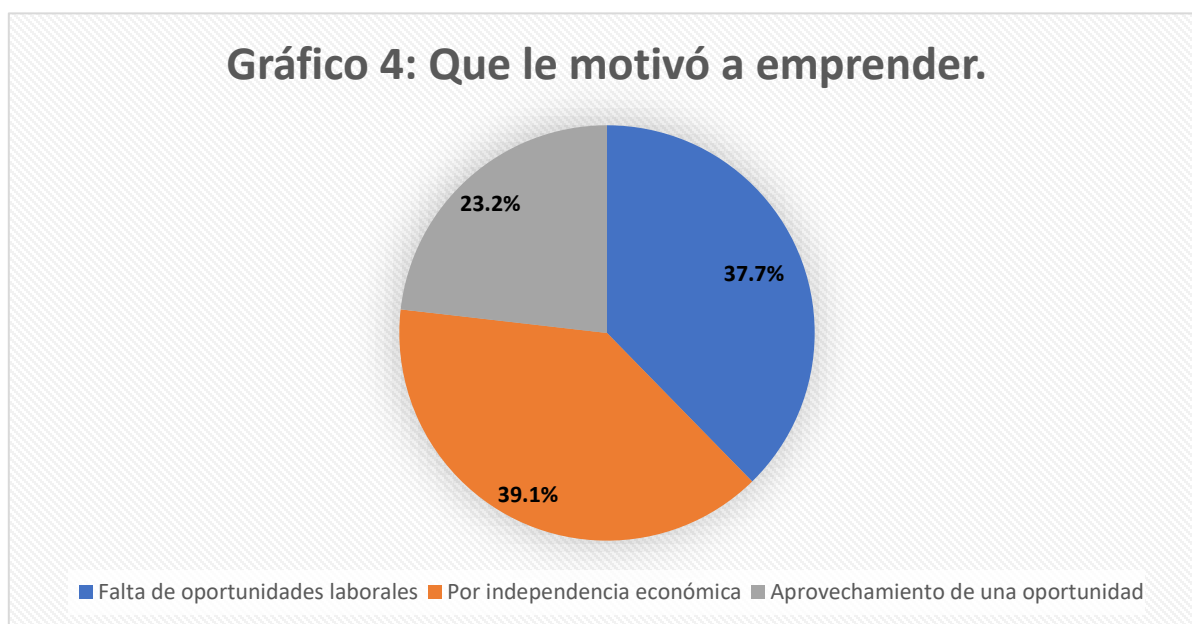
Número de empleados	Fr	Fr%
No posee empleados	25	36.2%
De 1 a 5 empleados	25	36.2%
De 5 a 10 empleados	14	20.3%
De 10 a más empleados	5	7.2%
Total	69	100%



Interpretación: El gráfico 3 indica que la mayoría de negocios tienen como mínimo un empleado, esto se debe a que muchas veces el emprendedor es el encargado de realizar todos los procesos que requiere al realizar un producto y/o porque no se cuenta con los recursos económicos para disponer de un cierto número de empleados, además se observa que en pocos casos siendo el 7.2% requieren de más de 10 empleados para operar el emprendimiento.

Pregunta 4. ¿Qué le motivó a emprender?

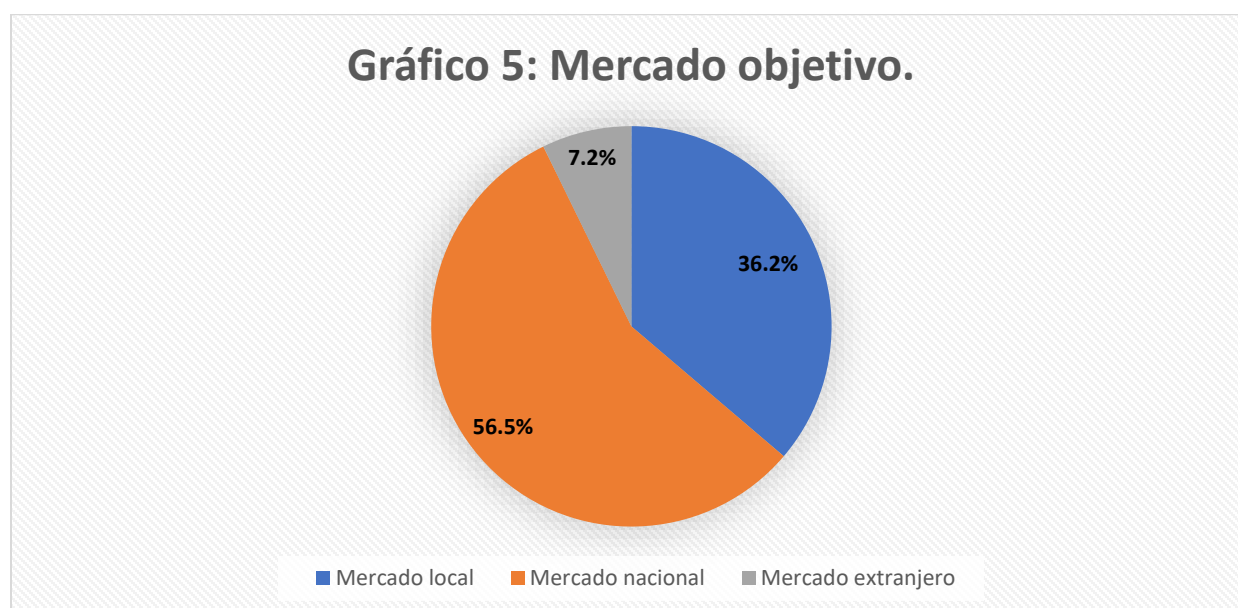
Motivo para emprender	Fr	Fr%
Falta de oportunidades laborales	26	37.7%
Por independencia económica	27	39.1%
Aprovechamiento de una oportunidad	16	23.2%
Total	69	100%



Interpretación: Al consultar a los artesanos de San Salvador sobre su mayor motivación para emprender en su negocio de artesanías respondieron con dos de sus principales motivos han sido por independencia económica y por falta de oportunidades laborales, ambos puntos coinciden con el estudio que realizó GEM en el año 2014, donde concluye que los emprendedores aprovechan una oportunidad de negocios a falta de empleo, es decir que surge de una necesidad dentro de la realidad económica que existe en el país.

Pregunta 5. ¿Cuál es el mercado objetivo?

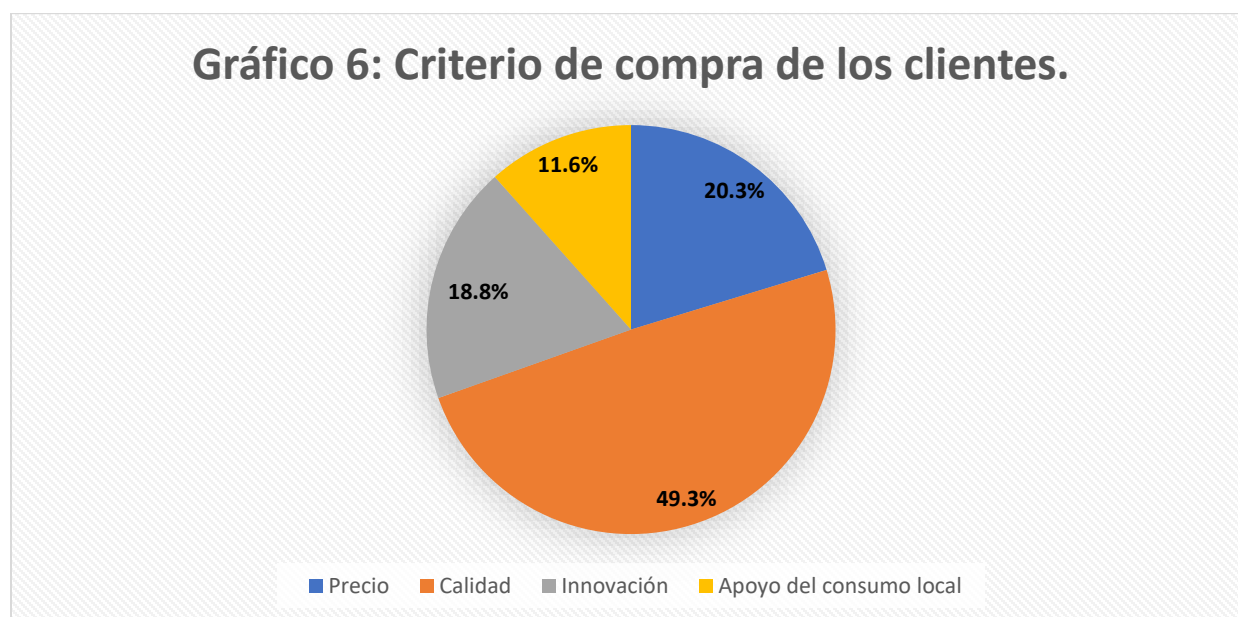
Mercado Objetivo	Fr	Fr%
Mercado local	25	36.2%
Mercado nacional	39	56.5%
Mercado extranjero	5	7.2%
Total	69	100%



Interpretación: Al consultar a los encuestados sobre cuál es su mercado objetivo, se obtuvo que el 56.5% se enfoca en el mercado a nivel nacional y el 36.2% se enfoca en el mercado local, es decir que la mayoría de los artesanos de municipio de San Salvador, buscan comercializar sus productos a todo El Salvador, apoyándose de los canales de distribución y las promociones para que el producto sea reconocido y adquirido por un alto número de consumidores y otro porcentaje importante se enfoca en vender sus bienes dentro del mismo municipio sin expandirse y solo un bajo porcentaje tiene como objetivo, el mercado extranjero.

Pregunta 6. ¿Cuáles considera son los criterios de compra de los clientes?

Criterios de compra	Fr	Fr%
Precio	14	20%
Calidad	34	49.3%
Innovación	13	18.8%
Apoyo del consumo local	8	11.6%
Total	69	100%



Interpretación: Para los artesanos de San Salvador los clientes al momento de comprar productos artesanales tienen como principal criterio la calidad de sus productos siendo un 49.3% el porcentaje con esta opinión, el 20.3% considera que sus clientes prefieren el precio al momento de la compra. Esto muestra que los consumidores antepondrán la calidad sobre el precio, esto se debe a que el producto cumple con las necesidades que buscan satisfacer.

Pregunta 7. ¿Seleccione el factor más importante que considera afectan la compra de las artesanías?

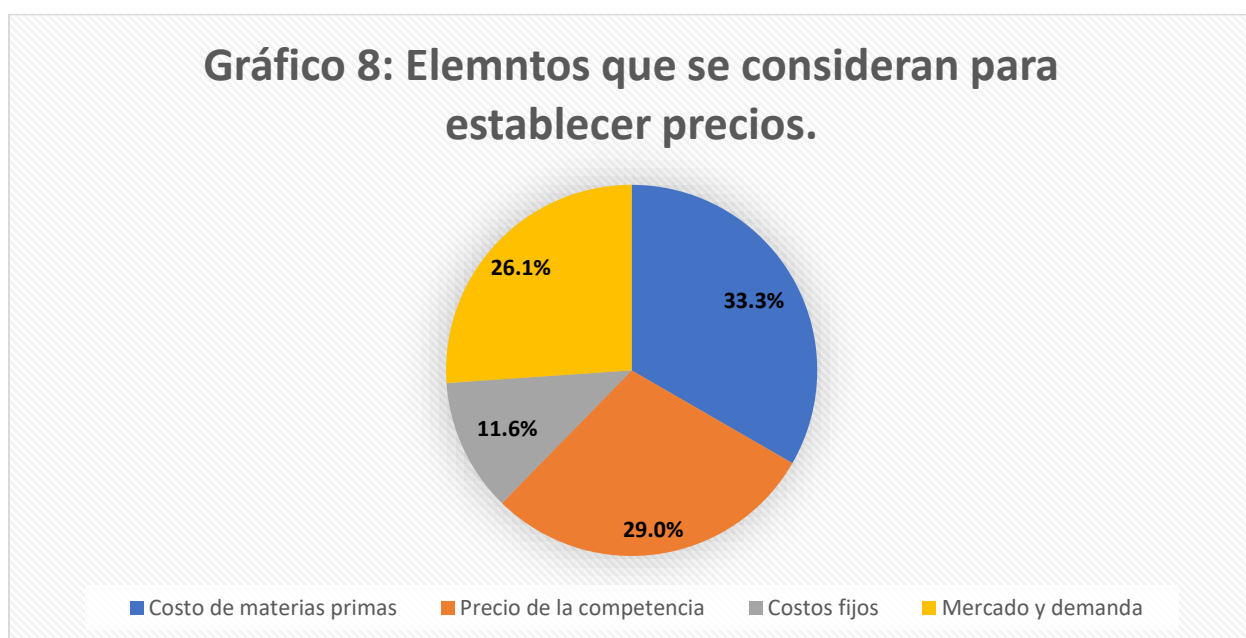
Factor que afecta la compra de artesanías	Fr	Fr%
Competencia	17	24.6%
Precios	26	37.7%
Falta de promoción	28	40.6%
Total	69	100%



Interpretación: Los resultados muestran a un 39.4% según las perspectiva y criterio de los artesanos del municipio de San Salvador el factor más importante que afecta la compra de sus productos es la falta de promoción, es decir que para ellos es difícil dar a conocer sus productos y competir en el mercado por que no cuentan con los recursos económicos y tecnológicos como financiar una campaña publicitaria a través de Redes Sociales, pero hay un porcentaje del 36.6% que es también muy importante que opina que los precios de sus productos es el factor que más afecta al momento de la compra.

Pregunta 8. ¿Qué elementos considera al momento de establecer los precios de venta?

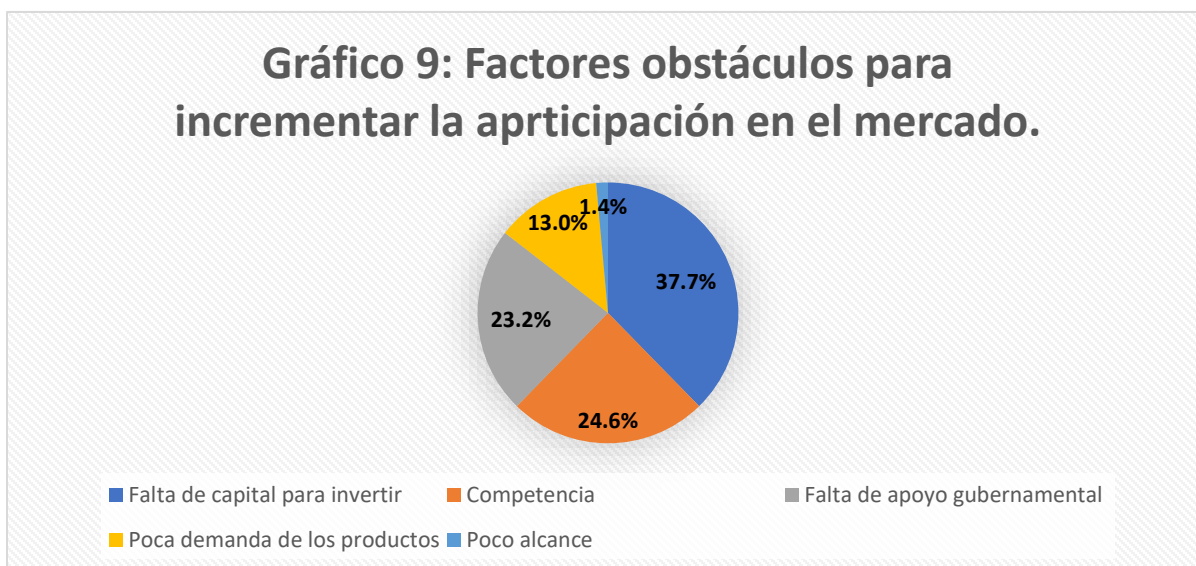
Elementos para establecer precios de venta	Fr	Fr%
Costo de materias primas	23	33.3%
Precio de la competencia	20	29%
Costos fijos	8	11.6%
Mercado y demanda	18	26.1%
Total	69	100%



Interpretación: Según los resultados, el 33.3% de los artesanos consideran que el factor que más importante al establecer sus precios de venta son los costos de materias primas, debido a la adquisición de materiales que es uno de los factores externos que afectan en la fijación de precios para los emprendedores, pues al adquirir menos recursos los costos aumentan. Otro de los factores que influye al momento de establecer un valor a un bien es el precio de la competencia, los emprendedores consideran que al igualar los precios de venta captará la atención de los clientes.

Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes factores considera que son obstáculo para incrementar la participación en el mercado?

Factores obstáculo para incrementar la participación en el mercado	Fr	Fr%
Falta de capital para invertir	26	37.7%
Competencia	17	24.6%
Falta de apoyo gubernamental	16	23.2%
Poca demanda de los productos	9	13%
Poco alcance	1	1.4%
Total	69	100%

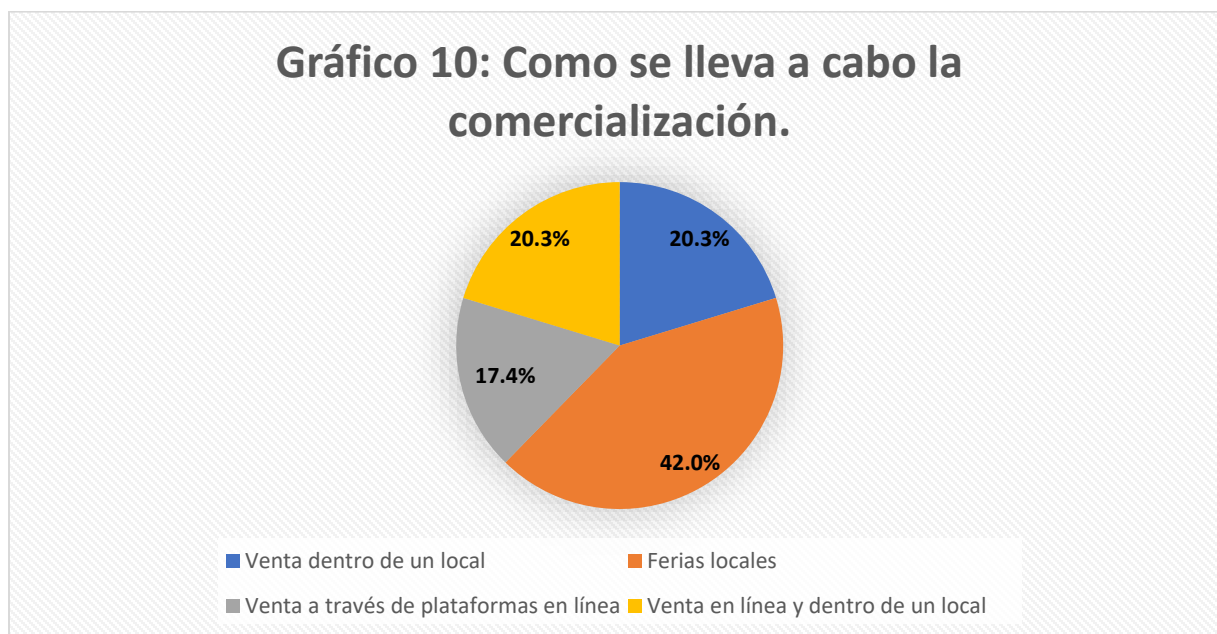


Interpretación: Se puede determinar según los resultados obtenidos que el obstáculo que los artesanos del municipio de San Salvador, consideran al momento de incrementar la participación en el mercado es la falta de capital para invertir, es decir que para crecer como emprendedores se necesita incrementar su capital de inversión, con el fin de mejorar la calidad de los productos, crear estrategias para promocionar y capacitar al personal, también el poco apoyo que se tiene de las instituciones gubernamentales reduce el número de participantes.

Pregunta 10. ¿Cuál es la manera en que lleva a cabo la comercialización del producto?

Manera en que lleva a cabo la comercialización del producto	Fr	Fr%
Venta dentro de un local	14	20.3%
Ferias locales	29	42%
Venta a través de plataformas en línea	12	17.4%
Venta en línea y dentro de un local	14	20.3%
Total	69	100%

Gráfico 10: Como se lleva a cabo la comercialización.



Interpretación: El gráfico 10 muestra que una gran mayoría de artesanos encuestados optan por comercializar sus productos a través de ferias locales, esta opción resulta más económica respecto a las demás, también se puede observar que un 20.3% comercializan sus artículos a través de plataformas en línea, que es una forma que resulta más fácil, accesible y con mayor cobertura del mercado aunque esto implica un mayor costo.

Pregunta 11. ¿De qué manera promociona sus productos o artesanías?

Manera de promoción de los productos	Fr	Fr%
Utilización de catalogo	10	14.5%
Boletines	9	13%
Redes sociales	44	63.8%
Sitios web	5	7.2%
Otro	1	1.4%
Total	69	100%

Gráfico 11: Como promociona los productos.

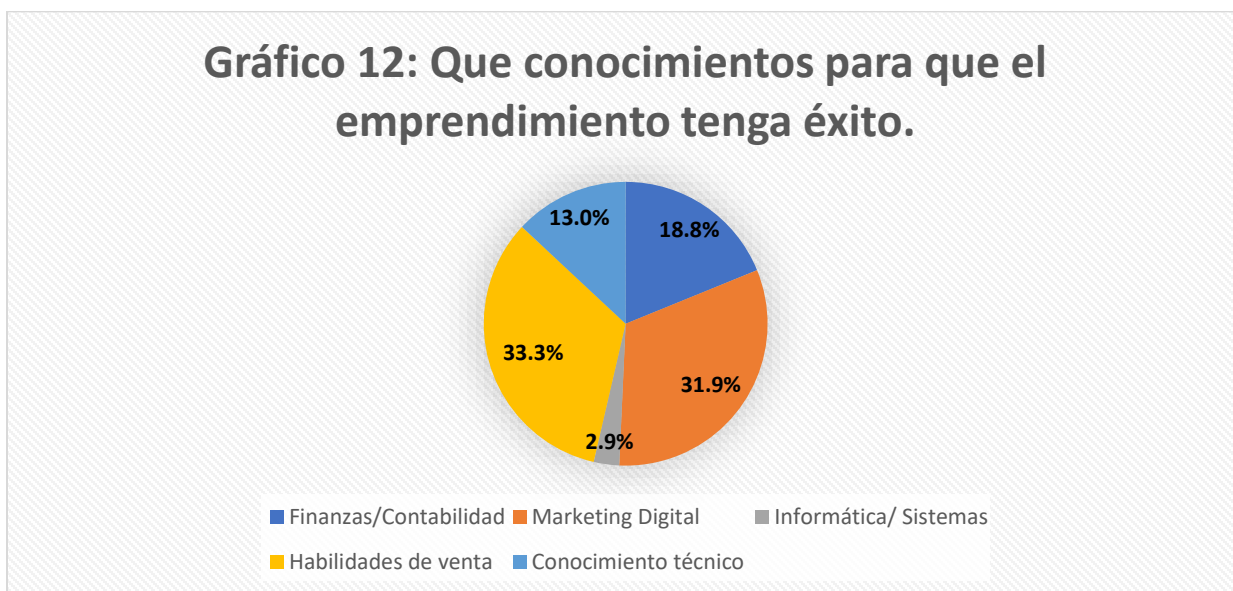


Interpretación: Al consultar a los encuestados la manera en cómo promocionan sus productos el 63.8% lo hace a través de redes sociales, puesto que atraen la atención de los consumidores presentado sus bienes a través de estas plataformas a los que el cliente tiene mayor acceso, mientras que un 14.5% cuenta con un catálogo con el que muestran a sus clientes los artículos que tienen a la venta, un 13% lo hace a través de boletines.

Pregunta 12. ¿Qué tipo de conocimientos considera importante para que el emprendimiento tenga éxito?

Conocimientos importantes para que el emprendimiento tenga éxito	Fr	Fr%
Finanzas/Contabilidad	13	18.8%
Marketing Digital	22	31.9%
Informática/ Sistemas	2	2.9%
Habilidades de venta	23	33.3%
Conocimiento técnico	9	13%
Total	69	100%

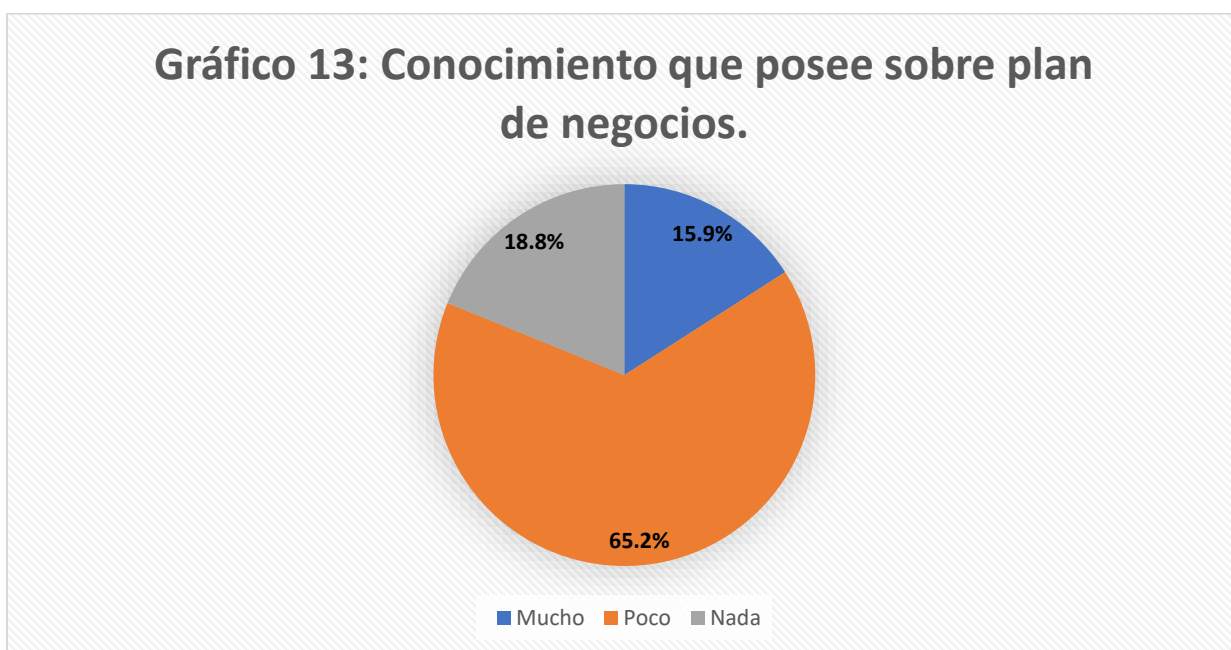
Gráfico 12: Que conocimientos para que el emprendimiento tenga éxito.



Interpretación: Se identificó que para los artesanos del municipio de San Salvador el factor más importante para que su emprendimiento tenga éxito son las habilidades de venta esta respuesta la brindaron el 33.3% de los consultados, pero también un 31.9% considera que saber sobre marketing digital es también indispensable hoy en día para el éxito de su negocio.

Pregunta 13. ¿Qué conocimiento posee sobre que es un plan de negocios?

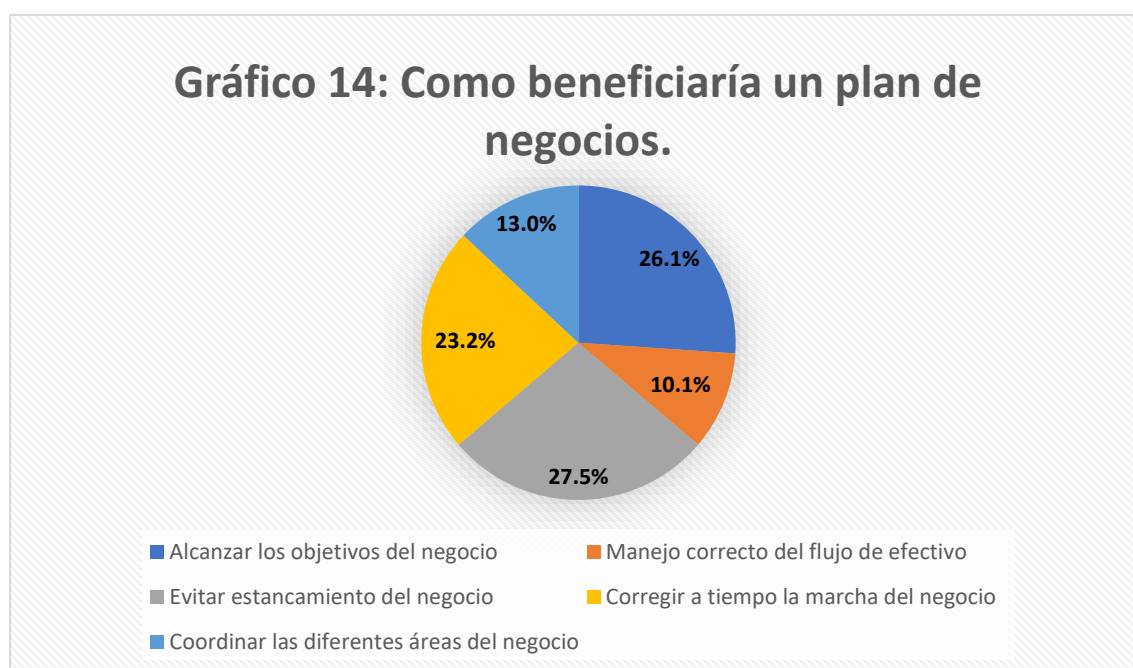
Conocimiento que posee un plan de negocio	Fr	Fr%
Mucho	11	15.9%
Poco	45	65.2%
Nada	13	18.8%
Total	69	100%



Interpretación: Según los resultados el 65.2% de los artesanos del municipio de San Salvador dicen tener poco conocimiento sobre que es un plan de negocio, también expresaron que no tenían conocimiento que al aplicar un plan de negocios haría su emprendimiento sostenible, es decir perdurar en el tiempo tanto social, ambiental como económicamente.

Pregunta 14. ¿Cómo considera que un plan de negocios beneficia al emprendimiento?

Plan de negocio que beneficio al emprendimiento	Fr	Fr%
Alcanzar los objetivos del negocio	18	26.1%
Manejo correcto del flujo de efectivo	7	10.1%
Evitar estancamiento del negocio	19	27.5%
Corregir a tiempo la marcha del negocio	16	23.2%
Coordinar las diferentes áreas del negocio	9	13%
Total	69	100%

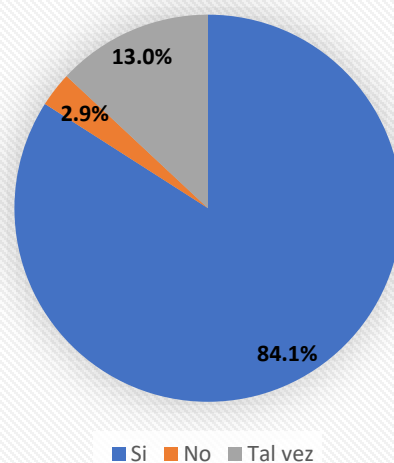


Interpretación: Según los resultados obtenidos hay tres factores importantes que los artesanos del municipio de San Salvador consideran que un plan de negocio les beneficiaría en sus emprendimientos, y estos son, con un 27.5% de las opiniones consideran que evitarían el estancamiento del negocio, es decir mejorar la salud financiera de este. Otro porcentaje de la población encuestada consideran que alcanzarían los objetivos del negocio y un 23.2% cree que podrían corregir a tiempo la marcha del negocio.

Pregunta 15. ¿Estaría dispuesto a implementar un plan de negocio en su emprendimiento?

Disponibilidad para implementar un plan de negocio	Fr	Fr%
Si	58	84.1%
No	2	2.9%
Tal vez	9	13%
Total	69	100%

Gráfico 15: Implementaría un plan de negocios en el emprendimiento.



Interpretación: Al consultar a los artesanos del municipio de San Salvador, si estaría dispuesto a implementar un plan de negocio para su emprendimiento la mayoría respondió que tienen la disponibilidad de hacerlo, el conocer y elaborar un plan para el emprendimiento sería de beneficio para la operatividad y funcionalidad del mismo.

2.3.1 Diagnostico de la Investigación

Con la obtención de los resultados de la encuesta y la interpretación de los datos, se determina el diagnóstico de la investigación de la manera siguiente:

Con relación a la hipótesis del estudio que consiste en la elaboración del diseño de un plan de negocios se facilitará el incremento eficiente de la producción y haciendo uso de la investigación cuantitativa que permite cuantificar la recopilación y análisis de los datos arrojaron números favorables a este trabajo que ayudaron a comprobar y aceptar la hipótesis.

Según los datos obtenidos de la pregunta 1, el 33.3% actualmente los artesanos del municipio de San Salvador se dedican a artesanías textiles, esto va desde hacer hamacas, bordados, confección de camisas en añil, la técnica de crochet e incluso tejidos macramé, y otra parte se dedican a la creación de piezas en barro, cerámica y madera. Dado los resultados de la pregunta 2, un 33.3% contestó que el tiempo que llevan operando en sus respectivos emprendimientos es poco, este va entre cero a 3 años en su mayoría, esto se debe a que uno de los factores principales porque no se puedan mantener en el mercado es, un 37.7% contestó que es por la falta de capital para invertir y un 24,6% dijo que se debe a la competencia; dentro de un mercado industrializado es difícil de controlar ya que se sabe que los precios de la industria son menores que un producto elaborado a mano, sin embargo con el plan de trabajo se pretende controlar todos estos factores externos y lograr los objetivos del negocio.

Es así que una de las consultas que se hizo en la investigación, es el motivo que han tenido los emprendedores para comenzar su negocio se debe a la independencia económica y por falta de oportunidades laborales, lo que llega indicar un fenómeno social y económico que históricamente ha tenido El Salvador, es decir que el emprendedurismo existe por una necesidad, un bajo

porcentaje lo han realizado por el aprovechamiento de una oportunidad de obtener ingresos extras a sus hogares.

De la pregunta 10 el 42% respondió que la manera en que los artesanos de San Salvador, llevan a cabo la comercialización de sus artesanías es a través de ferias locales aunque estas no son siempre fijas, algunas se dan según eventos privados o gubernamentales que surjan, sin embargo de los artesanos en estudio se encuentran dentro del mercado de artesanías, otro número importante lo hacen a través de venta en línea o dentro de un local ya sea propia o alquilado, al consultar sobre la manera en la que ellos promocionan sus artículos se determinó que en su mayoría lo hacen a través de redes sociales, y este es un fenómeno cada vez más común e importante dentro del ámbito comercial, puesto que se puede realizar con un costo menor que otros medios de difusión.

Analizando los resultados obtenidos de los gráficos del 13 al 15 con respecto a la hipótesis hecha así como las variables involucradas se puede concluir que; a pesar que el 65.2% de los artesanos cuentan con poco conocimiento sobre un plan de negocio, están de acuerdo sobre la importancia que este tiene de ser implementado en cualquier tipo de emprendimiento, el 26.10% de artesanos consideran que los beneficios que se pueden alcanzar al ponerlo en marcha serán para lograr los objetivos propuestos, el 27.5% consideran que evitarían el estancamiento, es decir que pueden tener más oportunidades de crecimiento, financiamiento, atraer inversionistas, proveedores y equipo técnico para su desarrollo.

CAPITULO III: “PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS ELABORADOS CON LA TÉCNICA MACRAMÉ, CASO ILUSTRATIVO: MIKRAMA, S.A”.

3.1 Análisis situacional

Actualmente los artesanos del municipio de San Salvador se dedican a artesanías textiles, esto va desde hacer hamacas, bordados, confección de camisas en añil, la técnica de crochet e incluso tejidos macramé.

Al realizar la investigación de campo para conocer la situación actual de los artesanos se concluyó que un gran número de los encuestados no poseen conocimientos sobre lo que es la creación de un plan de negocios los beneficios y la importancia que conlleva implementarlo. Es por ello, por la falta de información administrativa, financiera y operacional, es que muchos quedan en el estancamiento con sus negocios siendo este uno de los factores principales por lo que no se puedan mantener en el mercado artesanal obligándoles a abandonar sus emprendimientos.

Es así, que surge la necesidad de realizar un estudio que con relación a la hipótesis planteada que consiste en la elaboración del diseño de un plan de negocios que facilitará el incremento eficiente de en la producción y una viable comercialización de los productos elaborados por los artesanos del municipio busca darle solución a la problemática antes mencionada.

Es por ello que después de analizada la situación actual e interpretando los datos obtenidos de la investigación se presenta la estructura de un plan, así como queda detallada cada una de sus partes:

Estructura propuesta del Plan de Negocios para la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica macramé, caso ilustrativo: Mikrama, S.A.

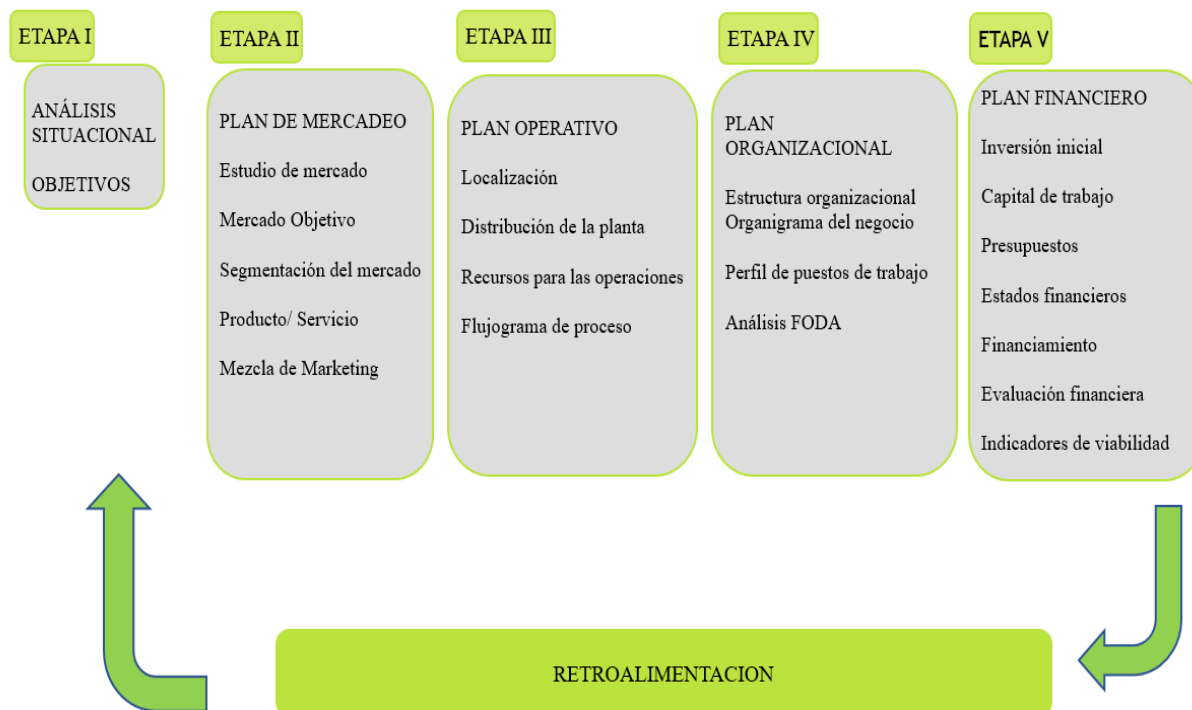


Figura 1:

Estructura propuesta del plan de negocio para Mikrama, S.A.

Nota. La figura anterior muestra la estructura propuesta para la realización del plan de negocio

3.2 Propuesta de un Plan de Negocios para el emprendimiento Mikrama, S.A

3.2.1 Descripción del negocio

Mikrama, dio inicio a sus operaciones en el año 2020, con el propósito de brindar a los consumidores una opción innovadora de decorar y ambientar los hogares de los salvadoreños ofreciendo productos elaborados con la técnica de macramé, que es el arte de crear tejidos usando nudos decorativos.

3.2.1.1 Aspectos generales

Nombre de la empresa: Mikrama

Razón Social de la empresa: Mikrama S.A

Marca comercial de la empresa: Mikrama.sv

Logo de la empresa:



Slogan: Arte en Nudos

3.2.1.2 Filosofía empresarial

El emprendimiento busca mostrar sus productos de calidad, además desea exponer como empresa su esencia, sus principios, valores y lineamientos que servirán como base para el desarrollo de sus actividades

Misión

Brindar a los consumidores diferentes opciones de diseño en artículos elaborados con la técnica de macramé, cumpliendo con las expectativas y deseos de los clientes, y alcanzando los estándares de calidad que permitan obtener prestigio en el mercado.

Visión

Ser reconocidos por los salvadoreños como un negocio que ofrece una amplia variedad de artículos elaborados con la técnica de Macramé, creando productos modernos e innovadores para decorar y ambientar los hogares.

Valores

Amabilidad: mantendrán ante el cliente una actitud positiva, afable y paciente.

Creatividad: aportaran al negocio nuevas ideas para el desarrollo de productos y estrategias para su comercialización.

Responsabilidad: mantendrán la disciplina y el compromiso de cumplir con cada una de las funciones, además de cumplir con los pedidos en las fechas establecidas.

Respeto: dirigirse a los compañeros de trabajo con amabilidad y cortesía así como también a los clientes.

3.2.2 Plan de Mercadeo

Todo negocio por pequeño que sea debe contar con un plan de marketing que le sirva como guía para alcanzar las metas propuestas, este documento servirá para planificar y facilitar la

ejecución de los objetivos, que serán establecidos mediante el empleo de diferentes estrategias de mercadeo.

3.2.2.1 Estudio de mercado

Este estudio determinara las preferencias de potenciales consumidores para el emprendimiento “Mikrama.sv, a través de una encuesta se recolectará y analizará la información que sirva para la toma de decisiones y comprender el comportamiento del mercado al momento de ejecutar sus operaciones. Desarrollar este estudio ayudará a reducir riesgos a los artesanos de Mikrama. sv y permitirá a estos conocer y analizar a la competencia.

3.2.2.2 Mercado Objetivo

Es fundamental definir el mercado objetivo para todo negocio, pues este se refiere al grupo de personas a las cuales va dirigido el producto, además, que ayuda a todo negocio a incrementar el nivel de ventas.

Los emprendedores de Mikrama.sv, ofrecerán sus productos a todas aquellas personas que deseen decorar con nudos es decir que quieran adquirir artículos elaborados con la técnica Macramé. También estará dirigido para todas las personas extranjeras que visiten el municipio de San Salvador y puedan comprar los productos artesanales.

3.2.2.3 Segmentación del mercado

Para segmentar el mercado de los productos elaborados en macramé se tomará en cuenta los siguientes aspectos que deberán cumplir el grupo de personas que se espera adquieran los artículos.

Aspectos geográficos: personas que residan en el municipio de San Salvador y que deseen adquirir productos elaborados con la técnica de macramé, además de todo aquel turista extranjero que visite la ciudad.

Aspectos demográficos: Personas con edades comprendidas desde los 18 a 35 años, con poder adquisitivo, sin distinción de género.

Aspecto Conductual: personas que gusten de la decoración del hogar y sobre todo del arte de anudar.

3.2.2.4 Productos/ servicios

Mikrama.sv, ofrece una variedad de productos decorativos para ambientar el lugar, todos ellos realizados con la técnica de Macramé y varios elementos que conforman piezas únicas y diseños exclusivos que el cliente solicita.

Porta macetas: son piezas de tipo rustico, elaborada a base de hilo de algodón crudo trenzado con nudos, acompañado con madera para complementar.

Tapiz: pieza colgante de gran tamaño, tejido con estilo bohemio. Elaborado con hilo de algodón crudo, que se complementa con madera.

Repisa colgante: pieza de tejido delicado elaborado con hilo de algodón crudo, acompañado de madera.

3.2.2.5 Marketing Mix

Será la herramienta que Mikrama.sv, utilice para impulsar en el mercado los productos que ofrece y para que logre influir y cautivar a los consumidores deberá aplicar las 4 P's precio, producto, plaza y promoción; que estas son la base de cualquier estrategia de marketing.

Precio: El emprendimiento utilizara la estrategia de alineamiento que es aquella que consiste en colocar precio a los productos similar a los de la competencia en el mercado, esta fue seleccionada por la existencia de muchos emprendedores que están ofreciendo artículos en macramé dentro del municipio de San Salvador.

Producto: Mikrama.sv, ofrecerá productos decorativos para el hogar como repisas, tapiz y portamacetas. Estos artículos son elaborados con hilos que pueden ser de algodón, yute, lino y seda.

Promoción: el emprendimiento dará a conocer sus productos a través de las ferias artesanales que se realizan en el municipio de San Salvador, así como persuadirá a su audiencia a través de las diferentes redes sociales, será importante determinar cuáles plataformas usa con más frecuencia el mercado objetivo, presentando los artículos de una forma creativa y atractiva visualmente.

Ferias artesanales: consiste en la realización de un espacio público para la promoción, el conocimiento y la venta de productos elaborados y presentados a los compradores directos, proporcionándoles la información necesaria de lo que está ofreciendo. Es así como el emprendedor debe exhibir desde su stand de una forma atractiva los artículos, tomando en cuenta:

- Condiciones de accesos, pisos, techos y paredes.
- Iluminación y tomas eléctricas
- Decoración y colores que resalten su exhibición
- Identificación del stand (letreros)
- Área disponible y tipo de ubicación (pasillo, de esquina, final de boque etc)
- Orden y aseo

Promoción en Redes Sociales

Mikrama.sv, cuenta con dos Redes Sociales, donde promocionan los artículos disponibles para la venta, apoyados de las herramientas que proporcionan las plataformas desarrolla diferentes actividades para dar a conocer sus productos. (Perfiles de redes sociales ver anexo 4).

En la Red Social Instagram, el emprendimiento se encuentra como @mikrama.sv, plataforma donde realiza las siguientes actividades para promocionar y vender.

Concursos: se realizarán concursos con el fin de interactuar con sus clientes y poder ofrecer su producto ya sea a través de “La foto/ video más votado”, “sube tu foto con mención” o “Quien acierte la pregunta”.

- **La foto/ video más votado:** es un concurso que consiste en premiar el post con mayor número de votaciones.
- **Quien acierte la pregunta:** consiste en hacerles una pregunta a los seguidores sobre un aspecto del emprendimiento o sobre las características de un producto y entre los que aciertan se elige un ganador.
- **Sube tu foto con mención:** concurso que consiste en que los usuarios tengan que publicar fotos o videos donde aparezcan los productos de, Mikrama.sv, y en la descripción deben mencionar la cuenta anunciante.

Publicidad: por un post de publicidad siete deben ser de contenido para evitar hablar mucho sobre a marca, esto con el fin de no cansar visualmente a los seguidores.

Tambien se encuentra su perfil en Facebook como Mikrama.sv, donde dan a conocer los los productos de la siguiente manera:

- **Facebook live:** consiste en transmitir contenido sobre la marca en directo a la pagina de fans, pidiendo comentarios sobre los productos, así como tambien mostrar en vivo como se elabora un articulo.

- **Crear un anuncio:** crear contenido de calidad que involucre fotos, videos, *hashtag* y enlaces a la pagina web de Mikrama, que puedan captar la atención rápidamente de los usuarios.

Plaza: es importante elegir el canal de distribución del producto, pues este será la manera que el emprendedor hará llegar sus artículos hasta el consumidor final es por ello que Mikrama.sv, siendo un negocio pequeño optará por el canal directo, es bien sabido que es cuando el productor es el único responsable de hacer las entregas al comprador, en “puntos de entrega” antes acordados con el cliente, sin que sea necesaria la participación de intermediarios.

3.2.3 Plan Operativo

El plan operativo estará orientado a describir los mecanismos para el correcto manejo de los recursos y la capacidad de obtener resultados concretos. Apoyado de una adecuada organización la gestión operativa deberá incrementar la producción del negocio a través de una acertada distribución de recursos y localización de la planta; para el cumplimiento de las exigencias y expectativas del mercado demandante.

3.2.4 Plan Organizacional

Estará compuesto por la estructura organizativa del negocio, con el propósito de describir de manera general cada uno del puesto, así como análisis FODA, que permite visualizar la situación del negocio tanto interna como externa.

3.2.4.1 Estructura organizacional

El negocio contara con una estructura jerárquica definida por áreas funcionales: el área operativa, marketing y administrativa. El área operativa llevara el proceso de adquisición de la materia prima, producción y diseño de los productos, el área de marketing será la encargada de la promoción de

los productos en las diferentes plataformas digitales, así como la distribución de dichos productos; mientras que el área administrativa llevara el control financiero de los egresos e ingresos del negocio. Por otra parte, el negocio estará liderada por la dirección general. A continuación, se muestra el organigrama del negocio.

3.2.4.2 Organigrama organizacional



3.2.4.3 Puestos de trabajo

Dirección General: Es el encargado de mantener un correcto funcionamiento del negocio, tanto en niveles administrativos, de mercadeo, y operativos, con el fin de ejecutar los objetivos de la empresa para ellos deberá delegar actividades a los subalternos para que se ejecuten en un tiempo determinado.

Recepcionista: Será un apoyo de Dirección General y responsable de brindar atención a los clientes, así como dar información que solicite el personal interno del negocio, será quien gestione e-mail y redes Sociales, también atenderá llamadas telefónicas.

Jefe Administrativo: Es el encargado de la toma de decisiones, para el mejor funcionamiento del negocio, se apoyará de dirección general para organizar, planear las actividades correspondientes al periodo, además es la persona responsable de llevar la contabilidad al día.

Jefe de operaciones: Encargado de realizar los procesos de producción y optimizar los recursos e incrementar la productividad del negocio.

Jefe de Mercadeo: Es la persona que dará a conocer el producto a través de estrategias que promocionen y distribuyan los artículos elaborados en el negocio

3.2.4.4 Análisis FODA

El análisis FODA permite evaluar la situación interna y externa del negocio, obteniendo los juicios necesarios que permiten establecer objetivos y estrategias para minimizar debilidades y maximizar fortalezas, asegurando el crecimiento del negocio.

Tabla 8

Análisis FODA elaborado al emprendimiento

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Personal con conocimientos necesarios para la elaboración de los artículos. • Diversidad de diseños en los artículos • Accesibilidad de precio • Calidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un plan de negocio para la gestión del emprendimiento • Falta de inversión • Poco apoyo de instituciones hacia los emprendimientos.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Existe alta demanda del productor • Presencia de los clientes y sus necesidades • Crecimiento en la cobertura geográfica • Facilidad de adquisición de materia prima. • Generación de empleos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos competidores • Incremento en los precios de la materia prima. • Cambios en los hábitos de consumo. • Factores políticos y legales

Nota: La tabla 7 muestra los factores externos que afectan al emprendimiento, así como los internos.

Las fortalezas del emprendimiento, permiten el alcance de los objetivos propuestos pues cuentan con personal capacitado y con conocimiento en la producción de artículos elaborados con la técnica macramé; cuentan con una diversidad de diseños en los productos a precios razonables y atractivos para los clientes sin perder la calidad en cada bien que se le ofrece al consumidor. Pero es necesario que, como emprendimiento, se puedan superar las debilidades que presentan y buscar soluciones apropiadas para alcanzar el desarrollo y crecimiento del negocio.

Aprovechar las oportunidades con las que cuenta Mikrama.sv, será en gran medida una de las soluciones que debe utilizar para su crecimiento en el mercado emprendedor, tomando en cuenta las amenazas que son un factor externo no controlado por la empresa y que pueden afectar drásticamente en la producción.

Habiendo asociado los factores internos y externos en los que se encuentra el emprendimiento, se puede determinar el ambiente en el que el negocio operará, será importante la toma de decisiones

acertadas que ayuden a minimizar los posibles conflictos con los que se puedan encontrar y aprovechar al máximo las fortalezas con las que cuentan.

3.2.5 Plan Financiero

Establece la inversión que requiere el emprendimiento para el desarrollo de su operación y funcionamiento; así como para ser una base de información para poder evaluar la utilidad y la viabilidad del negocio.

3.2.5.1 Inversión inicial

La inversión inicial de Mikrama estará dada por un capital propio de los socios valorados en \$3,000, un préstamo bancario de \$4,000, como se detalla a continuación:

Tabla 9

Inversión Inicial

Concepto	Monto
Fondos propios	\$3,000.00
Préstamo bancario (Banco Cuscatlán)	\$4,000.00
Total, de inversión inicial	<u>\$7,000.00</u>

3.2.5.2 Capital de trabajo

Mikrama.sv ya cuenta con un capital de trabajo conformado por un inventario inicial de productos terminados valorados en \$1,341.96, un inventario inicial de materia prima de \$966.40 y un inventario inicial de materiales indirectos de \$1,418.50, es decir, que todo su inventario inicial con el que ellos darían comienzo al proyecto está valorado en \$3,726.86 Como se muestra a continuación:

Tabla 10*Capital de Trabajo*

Concepto	Monto
Productos terminados	\$1,341.96
Materia prima	\$966.40
Materiales indirectos	\$1,418.50
Capital de trabajo	\$3,726.86

3.2.5.3 Financiamiento

Es el proceso de viabilizar y mantener en marcha el proyecto, mediante la asignación de recursos de capital. Dentro del proyecto se cuentan con dos fuentes de financiamiento la de fondos propios de los socios que es por la suma de \$3,000.00 y la fuente externa que se tomara mediante un préstamo al banco Cuscatlán por la suma de \$4,000, con una tasa de interés del 22% anual para micro empresas, y una cuota mensual de \$110.48 lo cual al año se valoriza una cuota de \$1,325.71, por un plazo de 5 años, según anexo 7 (resumen de amortización)

Tabla 11*Amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Fe- cha	Periodo	Pago capital	Pago interés	Total, cuota	Saldo
2022	12	\$493.51	\$832.19	\$1,325.71	\$5,302.83
2023	12	\$613.73	\$711.98	\$1,325.71	\$3,977.12
2024	12	\$763.23	\$562.47	\$1,325.71	\$2,651.42
2025	12	\$949.16	\$376.55	\$1,325.71	\$1,325.71
<u>2026</u>	<u>12</u>	<u>\$966.56</u>	<u>\$359.15</u>	<u>\$1,325.71</u>	<u>- 0.00</u>

Nota. Tabla completa de amortización en anexo 7

Se muestra la amortización que hace referencia de cómo se distribuirán gradualmente los costos de la deuda por medio de pago periódicos, dentro del cual se pagaran los intereses y de esta forma se reducirá el importe de la deuda proyectado para los próximos 5 años.

3.2.5.4 Estructura de financiamiento

Se detalla la composición de las fuentes de financiación del proyecto de los fondos propios y ajenos que se destina para poner en marcha lo que necesita el proyecto. Se calcula por medio de la siguiente formula de WACC;

$$WACC = K_e \times (E/(E+D)) + K_d \times (1-T) \times (D/(E+D))$$

Tabla 12

Cálculo del WACC

Estructura financiamiento	Monto	Tasa	Tasa con escudo fiscal	Peso fuente financiamiento	Tasa ponderada
Banco Cuscatlán	\$ 4,000.00	22 %	15.6 %	57.14 %	8.93 %
Fondos propios	\$ 3,000.00	10.60 %		42.86 %	4.54 %
Total	\$ 7,000.00			WACC	13.47 %

En el cálculo del WACC, arroja un costo promedio ponderado de capital de 13.47%, que será la tasa de descuento que se utilizará para descontar los flujos de caja futuros para valorar el presente proyecto. También es importante reflejar como se obtuvo la tasa de costo de los accionistas y se desarrolló por medio de la siguiente metodología:

Tasa mínima aceptable de rendimiento

Determina lo que los accionistas van a invertir en el proyecto, y se obtiene una referencia si el proyecto es rentable o no.

Fórmula TMAr:

$$\text{TMAr} = i + f + if$$

i = premio al riesgo; f = inflación

Tabla 13*TMAr*

No.	Año	Inflación acumulada a cierre de año	100%+ Inflación anual acu- mulada
1	2016	-0.94	99.06
2	2017	2.04	102.04
3	2018	0.43	100.43
4	2019	-0.004	99.996
5	2020	-0.09	99.91

Inflación media anual= 0.2824 %
 Premio al riesgo= 10.29 %
TMAr= 10.60 %

La tasa se calcula mediante los 5 años anteriores al estudio del proyecto, se tomó desde el año 2016 al 2020, arrojándonos una tasa de inflación media anual de 0.2824%, con una tasa de premio al riesgo de 10.29% debido a que se considera como un emprendimiento de riesgo menor, al sustituir la formula da como resultado una TMAr de 10.60% que es la tasa de interés del inversionista.

3.2.5.5 Ingresos proyectados

A continuación, se representan las proyecciones de ingresos para los próximos 5 años tomando en cuenta la capacidad productiva del negocio.

Tabla 14

Ingresos

	2022	2023	2024	2025	2026
Portamacetas	\$ 9,900.00	\$ 10,442.25	\$ 11,013.98	\$ 11,616.77	\$ 12,252.30
Repisas	\$ 15,880.00	\$ 16,694.84	\$ 17,551.47	\$ 18,452.02	\$ 19,398.75
Tapices	\$ 11,054.25	\$ 11,622.14	\$ 12,219.17	\$ 12,846.86	\$ 13,506.77
Total	\$ 36,834.25	\$ 38,759.23	\$ 40,784.62	\$ 42,915.65	\$ 45,157.82

Para el desarrollo del cuadro de ingresos se realizó las proyecciones de ingresos como se muestra en el anexo 6, en el cual se determinó que para el primer año se tendrá un total de unidades de: porta macetas de 450 a un precio de \$22.00, repisas 397 a un precio de \$40.00, y tapices 289 a un precio de \$38.25, cada producto incrementando el 5% del precio por cada año, debido a los costos que se estima un incremento anual. Por lo tanto, está sustentado por el presupuesto de ventas. Los ingresos proyectados de porta macetas, repisas y tapices para el primer año es de \$36,834.25, para el segundo año \$38,749.23 y concluyendo para el quinto año \$45,157.82, observándose un incremento de ventas por cada año.

3.2.5.6 Gastos operativos

Los gastos operativos que se estiman para el primer año es de \$23,069.39, que incluye los gastos de venta, administrativos, los intereses bancarios, proyectándose sucesivamente para los próximos 5 años y la depreciación de los bienes que se detallan en el anexo 12.

Tabla 15

Gastos Operativos

MIKRAMA SV
GASTOS PROYECTADOS PARA LOS AÑOS DE 2022 al 2026
 Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América

Rubros	2022	2023	2024	2025	2026	PRO- YECTO
Gastos de venta	\$6,720.00	\$6,854.40	\$6,991.49	\$ 7,131.32	\$7,273.94	\$34,971.15
Gastos de administración	\$13,980.00	\$14,259.60	\$14,544.79	\$14,835.69	\$15,132.40	\$72,752.48
Depreciaciones	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$7,686.00
Intereses bancarios	\$832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 376.55	\$359.15	\$2,842.35
TOTAL	\$23,069.39	\$23,363.18	\$23,635.95	\$23,880.76	\$24,302.69	\$118,251.98

3.2.5.7 Costos de Ventas

En la siguiente tabla se muestran los costos en los que se incurrió para poder comercializar los productos que ofrece Mikrama.sv que se obtiene partiendo de los ingresos por el porcentaje incremental.

Tabla 16

Costos de ventas

MIKRAMA SV					
COSTOS DE VENTA PROYECTADOS PARA LOS AÑOS 2022 al 2026					
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América					
Porcentaje incremental	2022	2023	2024	2025	2026
0.05	\$ 1,841.71	\$ 1,937.96	\$ 2,039.23	\$ 2,145.78	\$ 2,257.89
		-	-	-	-
Rentabilidad Proyectada	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos	\$36,834.25	\$38,759.23	\$40,784.62	\$42,915.65	\$45,157.82
Menos					
Costo de Ventas	\$ 1,841.71	\$ 1,937.96	\$ 2,039.23	\$ 2,145.78	\$ 2,257.89
Gastos de Operación	\$22,237.20	\$22,651.20	\$23,073.48	\$23,504.21	\$23,943.54
Gasto Financiero	\$ 832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 376.55	\$ 359.15
UTILIDADES	\$11,923.14	\$13,458.09	\$15,109.43	\$16,889.10	\$18,597.24

3.2.5.8 Estado de Resultados

El Estado de Resultados proyectado ayudará a mostrar que tan rentable será la puesta en marcha de las operaciones, se tomará en cuenta para el cálculo los ingresos y gastos generados en el primer año de operaciones y la proyección de los siguientes, como se muestra a continuación:

Tabla 17

Estado de resultados proyectado.

MIKRAMA SV					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS DE LOS AÑOS 2022 al 2026					
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América					
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESOS	\$36,834.25	\$ 38,759.23	\$40,784.62	\$42,915.65	\$ 45,157.82
Menos:					
COSTO Y GASTOS	\$24,911.11	\$ 25,301.14	\$25,675.18	\$26,026.54	\$ 26,560.58
Costo de Ventas	\$ 1,841.71	\$ 1,937.96	\$ 2,039.23	\$ 2,145.78	\$ 2,257.89
Gastos de operación	\$22,237.20	\$ 22,651.20	\$23,073.48	\$23,504.21	\$ 23,943.54
Gastos Financieros	\$ 832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 376.55	\$ 359.15
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$11,923.14	\$ 13,458.09	\$15,109.43	\$16,889.10	\$ 18,597.24
Menos:					
Impuesto s/la Renta 25%	\$ 2,980.79	\$ 3,364.52	\$ 3,777.36	\$ 4,222.28	\$ 4,649.31
UTILIDAD DEL PROYECTO	\$ 8,942.36	\$ 10,093.57	\$11,332.07	\$12,666.83	\$ 13,947.93

El estado de resultado proyectado muestra los ingresos estimados donde restamos los costos y gastos estimados y ponderamos una tasa del ISR del 25%. Al realizar este cálculo se obtiene una ganancia estimada de \$8,942.36 para el primer año de operaciones de Mikrama, y así sucesivamente los próximos años aumenta la utilidad del proyecto.

3.2.5.9 Flujo de efectivo proyectado

La integración de activos y bienes en los que se invertirán los \$7,000.00 que se calcularon como el monto de inversión inicial se han estimado primero con la compra de activos fijos, la compra de materia prima para iniciar la primera producción, y por lo ultimo los pagos iniciales a incurrir que son indispensables al comienzo del proyecto.

Tabla 18

Activos

ACTIVOS FIJOS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL, COSTO
Telar	\$ 90.00	1	\$ 90.00
Computadora	\$ 1,200.00	1	\$ 1,200.00
Sub – total			\$1,290.00
MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL, COSTO
Hilo trenzado 4mm	\$ 4.20	450	\$ 1,890.00
Caja con bolas de madera (200 bolas)	\$ 0.01	2080	\$ 20.80
Tabla redonda de madera rustica	\$ 1.00	150	\$ 150.00
Aro de madera pequeño	\$ 0.25	100	\$ 25.00
Hilo trenzado 3mm	\$ 3.40	342	\$ 1,162.80
Palo de madera tipo escoba	\$ 0.80	100	\$ 80.00
Tabla de pino cepillado	\$ 1.50	87	\$ 130.50
Hilo trenzado 2.5mm	\$ 2.90	121	\$ 350.90
Sub – total			\$3,810.00
PAGOS INICIALES A INCURRIR	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL, COSTO
Readecuación de local	\$ 500.00	1	\$ 500.00
Agua	\$ 50.00	1	\$ 50.00
Luz	\$ 100.00	1	\$ 100.00
Teléfono	\$ 50.00	1	\$ 50.00
Dinero en caja chica	\$ 400.00	1	\$ 400.00
Efectivo en banco por emergencia	\$ 800.00	1	\$ 800.00
Sub – total			\$1,900.00
TOTAL			\$7,000.00

La importancia del flujo de efectivo radica en conocer el comportamiento de los ingresos con respecto a las ventas y egreso registrados durante el primer año de operaciones y sucesivamente las proyecciones de los siguientes 5 años. Se estima un flujo de efectivo del proyecto para el primer año de \$10,479.56

Tabla 19

Flujo de efectivo proyectado

MIKRAMA SV						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO DE LOS AÑOS 2022 al 2026						
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América						
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INVER- SION INI- CIAL	-\$7,000.00					
INGRE- SOS		\$36,834.25	\$38,759.23	\$40,784.62	\$42,915.65	\$45,157.82
COSTOS		\$1,841.71	\$1,937.96	\$2,039.23	\$ 2,145.78	\$ 2,257.89
GASTOS		\$21,532.19	\$21,825.98	\$21,536.28	\$21,967.01	\$22,406.34
DEPRE- CIACION		\$1,537.20	\$1,537.20	\$ 1,537.20	\$ 1,537.20	\$ 1,537.20
VALOR DE RES- CATE		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$145,627.57
UTILIDAD ANTES DE ISR Y RESERVAS		<u>\$11,923.14</u>	<u>\$13,458.09</u>	<u>\$15,671.91</u>	<u>\$17,265.66</u>	<u>\$164,583.96</u>
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$ 2,980.79	\$ 3,364.52	\$ 3,777.36	\$ 4,222.28	\$ 4,649.31
UTILIDAD NETA		<u>\$8,942.36</u>	<u>\$10,093.57</u>	<u>\$11,894.55</u>	<u>\$13,043.38</u>	<u>\$159,934.65</u>
+ DEPRE- CIACION		\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$ 1,537.20

TOTAL	=					
FLUJO DEL PROYECTO		<u>\$7,000.00</u>	<u>\$10,479.56</u>	<u>\$11,630.77</u>	<u>\$13,431.75</u>	<u>\$14,580.58</u>
						<u>\$161,471.85</u>

Nota. Ver detalles de depreciación en anexo 12

El flujo de caja anterior expresa las entradas y salidas de dinero que el emprendimiento percibirá durante los cinco años proyectados, con base a estos flujos obtenido se puede analizarla viabilidad del proyecto, se puede observar que desde el primer año (2022), arroja saldos positivos con un valor d \$10,479.56 aunque su crecimiento no ha sido tan alto, pero sí se puede observar que es constante hasta finalizar el período proyectado que fueron en este caso 5 años, esto con el objetivo de anticipar posibles estancamientos financieros y de este modo poder tomar decisiones de financiamiento oportunas.

Considerando que el negocio seguirá rindiendo flujos de caja, se calcula el Valor Residual, este se toma con una nueva valoración en el último periodo de la proyección, se estima que el negocio siga creciendo a perpetuidad.

Para calcular el valor residual es necesario aplicar la fórmula siguiente

Fórmula=
$$VA = \frac{C}{i - g}$$

Donde

C= Total del flujo del último año proyectado

i= a la tasa de descuento del proyecto

g= la tasa de crecimiento (con relación al crecimiento a la inflación del país).

Sustituyendo:

Valor residual= $\frac{15,844.28}{(13.47\% - 2.59\%)}$ Valor residual= \$145,627.57

Tabla 20*Valor residual*

	2022	2023	2024	2025	2026
Flujo Total del Proyecto	\$ 10,479.56	\$ 11,630.77	\$ 13,431.75	\$ 14,580.58	\$ 15,844.28
Tasa de descuento (i)	13.47 %				
Tasa de Crecimiento (g)	2.59 %				
Valor residual				<u>\$145,627.57</u>	

Fórmula= $VA = \frac{C}{i - g}$

El valor residual obtenido de la fórmula da como resultado la cantidad de \$145,27.57.

3.2.5.10 Factibilidad del proyecto

Es necesario evaluar un proyecto por medio de los indicadores financieros, que permiten tomar decisiones objetivas. Esto nos permitirá identificar la viabilidad para el proyecto y tomar las mejores decisiones para ponerlo en marcha.

Indicadores financieros

Los indicadores financieros utilizados para este proyecto son el Valor presente neto y la tasa interna de retorno; ello como formas de medir el atractivo del negocio.

Formulas:

Valor actual neto

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + k)^t} - I_0$$

Tasa interna de retorno

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 21

Valor presente neto (VPN) y Tasa interna de retorno (TIR)

MIKRAMA SV						
VAN Y TASA INTERNA DE RETORNO						
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América						
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	\$7,000.00	\$10,479.56	\$11,630.77	\$13,431.75	\$14,580.58	\$161,471.85
VAN DEL PRO- YECTO		\$115,101.82				
TASA DE DES- CUENTO		13.47 %				
TASA INTERNA DE RE- TORNO		180.27 %				
FLUJO DEL INVERSIO- NISTA						
PAGO DE IN- TERESES		\$ 832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 562.47	\$ 359.15
PAGO DE CAPI- TAL	\$4,000.00	\$ 493.51	\$ 613.73	\$ 763.23	\$ 949.16	\$ 966.56
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
FLUJO DEL IN- VERSIONISTA	<u>-3,000.00</u>	<u>\$ 9,153.85</u>	<u>\$10,305.06</u>	<u>\$12,106.04</u>	<u>\$13,068.95</u>	<u>\$160,146.14</u>
TASA DE DES- CUENTO		10.60 %				
VAN DEL INVERSIO- NISTA		\$128,145.76				
TIR DEL INVER- SIONISTA		328.60 %				

Dado los datos obtenidos de la tabla 20 del flujo del inversionista la tasa de descuento resultante es de 10.60% proyectada para 5 años, el Valor presente Neto es de **\$115,101.82** y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de **180.27%** Por lo tanto, la viabilidad del proyecto como la del inversionista se considera factibles.

3.2.5.11 Análisis de escenarios del proyecto

Se trata de un método que permite llevar a cabo la valoración de los proyectos, considerando una o más variables del flujo de efectivo, lo que da lugar a la consideración de varios escenarios. La importancia de realizar un escenario del proyecto es para tomar una decisión en el presente considerando que los eventos a evaluar sucederán en el futuro.

Este método consiste (Brigham, Huston,2005) “Técnica de análisis de riesgo mediante la cual se comparan los conjuntos malos y buenos de circunstancias financieras con una situación más probable o caso básico, en esencia se consideran tres tipos de alternativas que son los denominados escenarios, “optimista”, “normal” y “pesimista”.

Evaluación del proyecto aplicando los escenarios: pesimista, estimado y optimista

Para evaluar los siguientes escenarios se consideran los valores del flujo de efectivo y se calcula un Valor presente Neto y TIR, para cada caso.

Escenario Estimado

Cuando se trabaja en un plan de negocio es importante imaginar los posibles escenarios con los que el negocio se encontrará en un futuro para prevenir y corregir riesgos es por ello que para la realización de este proyecto utiliza el Escenario Estimado puesto que arroja la información intermedia con mayor probabilidad de que suceda, por tanto, este se considera el esperado para el proyecto y con el cual se ha trabajado anteriormente.

Escenario pesimista

Para la realización de este escenario se tomó una disminución del 3% en las ventas, situación que el emprendimiento podría enfrentar y que afectaría los flujos de efectivo de caja esperados que por tanto el proyecto sufriría un declive en sus ingresos.

Tabla 22

Escenario Pesimista

MIKRAMA SV						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO DE LOS AÑOS 2022 al 2026						
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América						
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INVERSION INICIAL	-7,000.00					
INGRESOS	\$30,157.50	\$31,129.95	\$32,133.60	\$33,169.45	\$34,238.54	
COSTOS						
GASTOS	\$904.73	\$1,556.50	\$1,606.68	\$1,658.47	\$2,396.70	
DEPRECIACION	\$27,052.19	\$27,395.18	\$27,779.34	\$27,603.46	\$27,796.03	
VALOR DE RESIDUAL	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	
UTILIDAD ANTES DE ISR Y RESERVAS	-	-	-	-	\$31,421.50	
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	<u>\$663.38</u>	<u>\$641.07</u>	<u>\$1,210.38</u>	<u>\$2,370.32</u>	<u>\$33,930.12</u>	
UTILIDAD NETA	\$165.85	\$160.27	\$302.60	\$592.58	\$8,482.53	
+ DEPRECIACION	<u>\$497.54</u>	<u>\$480.81</u>	<u>\$907.79</u>	<u>\$1,777.74</u>	<u>\$25,447.59</u>	
TOTAL FLUJO DEL PROYECTO	<u>-\$7,000.00</u>	<u>\$2,034.74</u>	<u>\$2,018.01</u>	<u>\$2,444.99</u>	<u>\$3,314.94</u>	<u>\$26,984.79</u>

VAN Y TIR del escenario pesimista.

AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	
	-\$7,000.00	\$ 2,034.74	\$2,018.01	\$2,444.99	\$3,314.94	\$26,980.24
VAN DEL PRO- YECTO		\$14,377.34				
TASA DE DES- CUENTO		13.47 %				
TASA INTERNA DE RETORNO		51.10 %				
FLUJO DEL INVER- SIONISTA						
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	
PAGO DE INTERE- SES		\$ 832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 376.55	\$ 359.15
PAGO DE CAPITAL	\$4,000.00	\$ 493.51	\$ 613.73	\$ 763.23	\$ 949.16	\$ 966.56
FLUJO DEL INVER- SIONISTA	-\$3,000.00	\$ 709.03	\$ 692.30	\$1,119.28	\$1,989.23	\$25,654.54
TASA DE DES- CUENTO		10.60 %				
VAN DEL INVER- SIONISTA		\$15,864.65				
TIR DEL INVER- SIONISTA		68.98 %				

Se calculó de forma que si los ingresos son bajos y considerando un escenario en donde los costos pueden subir su valor, se calcula un Valor Presente Neto de \$14,374.76 y una TIR de 51.10% para este caso como se muestra en el anexo 15.

A pesar que los flujos de efectivo disminuyen para este escenario en comparación al caso optimista y el estimado el proyecto sigue siendo rentable, esto se debe a que los resultados obtenidos en el Valor Actual Neto y en la Tasa Interna de Retorno indican que se obtendrán rendimientos positivos en la inversión

Escenario Optimista

Por medio de este escenario se muestran los beneficios que se alcanzarían con un volumen de ventas de un 7% y con precios más altos, por tanto, suben los costos, pero permite obtener utilidades rentables.

Tabla 23

Escenario Optimista

MIKRAMA SV						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO DE LOS AÑOS 2022 – 2026						
Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América						
AÑOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INVERSION INICIAL	-	\$7,000.00				
INGRESOS		\$43,255.00	\$46,396.00	\$49,764.80	\$53,377.88	\$57,252.95
COSTOS		\$1,297.65	\$2,319.80	\$2,488.24	\$2,668.89	\$4,007.71
GASTOS		\$26,992.19	\$27,395.18	\$27,779.34	\$27,603.46	\$27,796.03
DEPRECIACION		\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20
VALOR DE RESIDUAL		-	-	-	-	\$178,963.32
UTILIDAD ANTES DE ISR Y RESERVAS		<u>\$13,427.96</u>	<u>\$15,143.83</u>	<u>\$17,960.02</u>	<u>\$21,568.32</u>	<u>\$202,875.34</u>
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$3,356.99	\$3,785.96	\$4,490.00	\$5,392.08	\$50,718.83
+ DEPRECIACION		\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20	\$1,537.20
TOTAL FLUJO DEL PROYECTO	-	<u>\$7,000.00</u>	<u>\$11,608.17</u>	<u>\$12,895.07</u>	<u>\$15,007.21</u>	<u>\$17,713.44</u>
		<u>\$153,693.70</u>				

VAN Y TIR del escenario optimista.

AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	
	-\$7,000.00	\$ 11,608.17	\$12,895.07	\$15,007.21	\$17,713.44	\$153,693.70
VAN DEL PRO- YECTO	\$115,911.57					
TASA DE DES- CUENTO	13.47 %					
TASA INTERNA DE RETORNO	193.28 %					
FLUJO DEL INVER- SIONISTA						
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	
PAGO DE INTERESES	\$ 832.19	\$ 711.98	\$ 562.47	\$ 376.55	\$ 359.15	
PAGO DE CAPITAL	\$4,000.00 \$ 493.51	\$ 613.73	\$ 763.23	\$ 949.16	\$ 966.56	
FLUJO DEL INVER- SIONISTA	-\$3,000.00	\$ 10,282.46	\$ 11,569.36	\$ 13,681.51	\$ 16,387.74	\$152,367.99
TASA DE DES- CUENTO	10.60 %					
VAN DEL INVER- SIONISTA	\$128,882.35					
TIR DEL INVER- SIONISTA	363.62 %					

Las condiciones más optimas del proyecto presenta expectativas altas, se obtendría un Valor Presente Neto de \$115,911.57 y una TIR 193.28%, por lo que teniendo un escenario como este se considera rentable y factible el proyecto. Para calcular este escenario se tomó en cuenta que el precio de venta aumente y los costos, pero con la diferencia al escenario pesimista los ingresos aumentarían su volumen, como se muestra el anexo 16.

Es importante destacar que tanto el escenario optimista como pesimista son extremos para tomar decisiones; por tanto, al enfocarnos al escenario estimado se considera que el proyecto es factible, puesto que brinda beneficios al inversionista.

La anterior información muestra que entre los años uno y cinco los flujos de efectivo del proyecto se mantienen constante, es decir que aunque se presenta una rentabilidad para el negocio esta no sufre una variabilidad significativa como se puede observar a partir del quinto año que con el incremento del siete por ciento que se aplicó en las ventas produce ingresos mayores, por tanto se considera que es una inversión que generará rentabilidad.

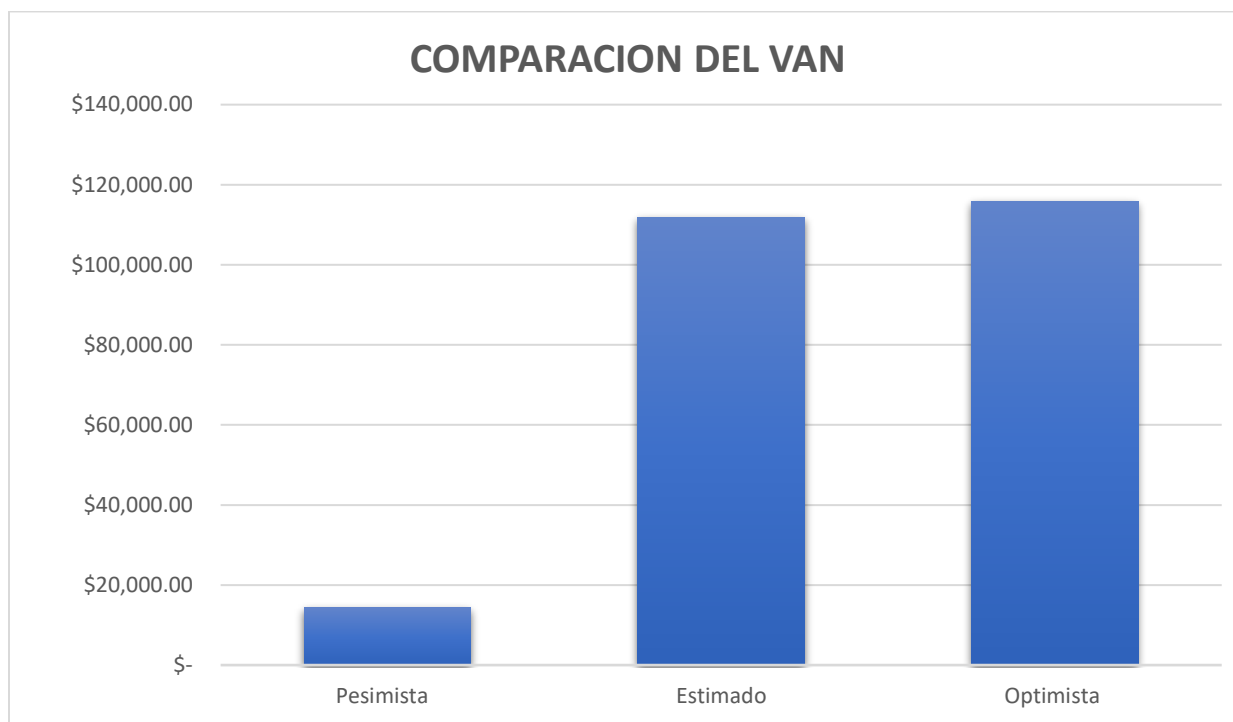
3.2.6 Análisis de sensibilidad

Basándonos en los datos con los que se desarrolló los diferentes escenarios, se determina que el proyecto es más sensible a que cambie el precio de venta y que se tenga una disminución en las ventas, estos dos factores tienen un gran impacto en el proyecto como se muestra en el escenario pesimista las ventas disminuyen, manteniendo el precio de venta y considerando que los costos aumenten; aunque los ingresos bajan, siempre se mantiene flujos que favorecen al negocio por otro lado el escenario optimista al aumentar el volumen de las ventas, precio y costos, su impacto es beneficioso porque los ingresos serían más altos que los costos y por lo tanto sería muy aceptable las utilidades que arrojaría. Lo anteriormente explicado se puede ver en las gráficas siguientes, se puede observar la variabilidad en los escenarios planteados donde un aumento y disminución de ingresos respectivamente cambia los flujos de caja neto, pero que siempre se obtienen beneficios, también se hace la comparación de la tasa interna de retorno que permite medir la rentabilidad de la inversión y que esta al igual que el VAN muestra en los tres escenarios que el negocio es rentable.

Grafico 1

Comparación del VAN

PESIMISTA	ESTIMADO	OPTIMISTA
\$ 14,377.34	\$ 111,918.80	\$ 115,911.57

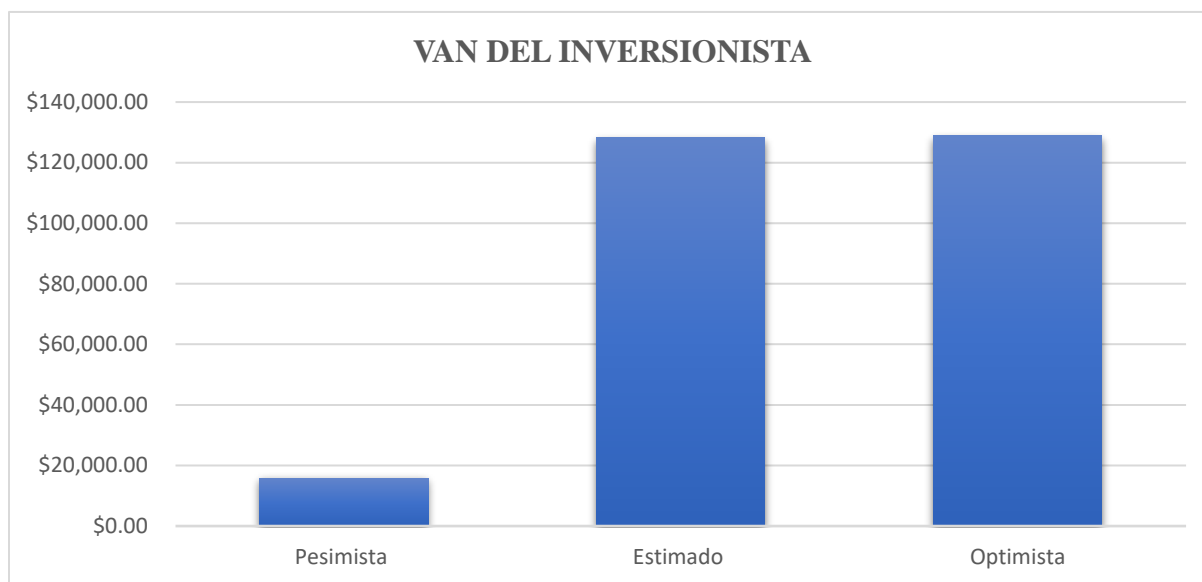


En el gráfico 1, se muestra una comparación del valor actual neto, para los tres escenarios planteados durante la investigación, donde se presentan los flujos de caja generados por el proyecto y que nos permite ver la viabilidad que presenta cada escenario, se observa que tanto el resultado del optimista y el estimado son aceptables para la inversión y que el pesimista a pesar de presentar ingresos muy bajos sigue favoreciendo al negocio pues su rentabilidad es mayor a la inversión.

Grafico 2

Comparación del VAN del inversionista

PESIMISTA	ESTIMADO	OPTIMISTA
\$15,864.65	\$128,145.76	\$128,882.35

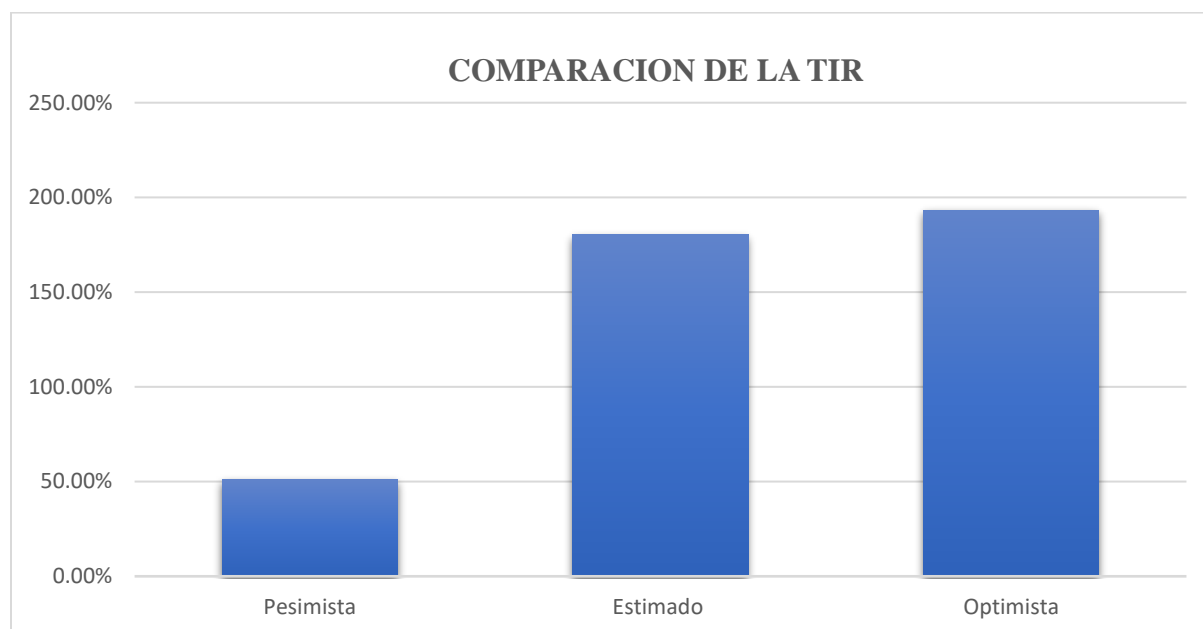


El gráfico anterior muestra los flujos de caja que se generaron en el período por medio del inversionista, en este caso el valor actual neto que les favorece es del escenario optimista, con un valor que asciende a \$128,882.35 por tanto es una inversión que les generará rentabilidad, así mismo con el escenario estimado se perciben dividendos altos como el anterior, a pesar que hubo una disminución del 3% en las ventas para el escenario pesimista este sigue siendo rentable, pues se han obtenido ingresos en sus flujos totales.

Gráfico 3

Comparación de la tasa Interna de retorno (TIR)

PESIMISTA	ESTIMADO	OPTIMISTA
51.10 %	180.27 %	193.28 %

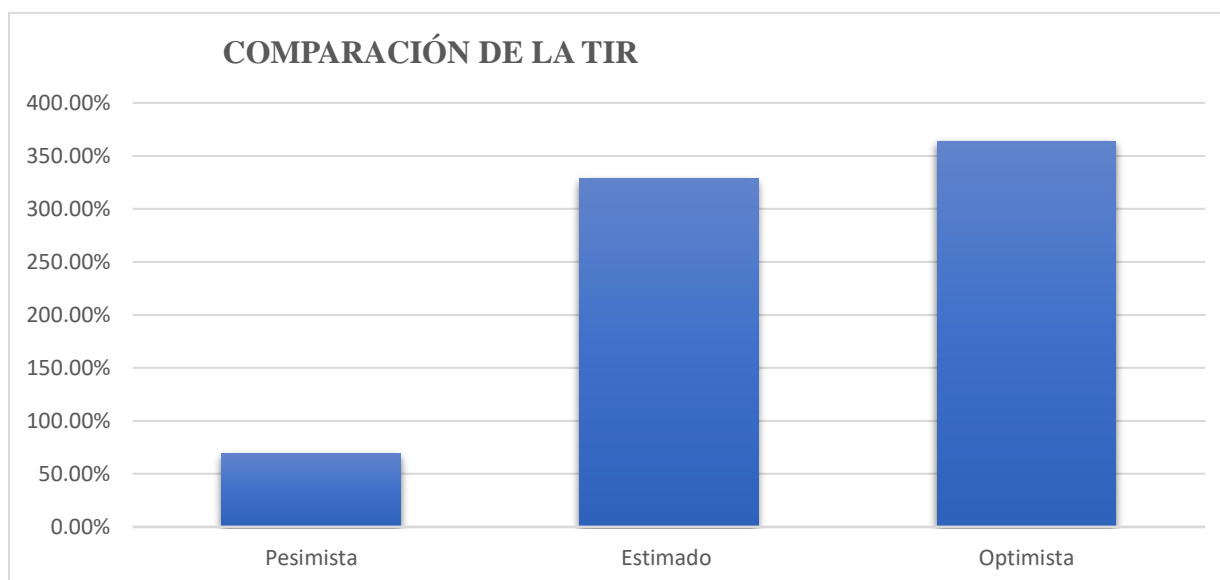


El gráfico 2 muestra una comparación de las tasas internas de retorno para cada caso planteado en la investigación, el escenario optimista presenta una tasa mayor a las demás es decir que su rentabilidad de inversión es mayor así mismo se observa que las tasas del estimado y pesimista son viables para la inversión, por tanto el negocio es rentable.

Gráfico 4

Comparación de la Tasa Interna de Retorno del Inversionista.

PESIMISTA	ESTIMADO	OPTIMISTA
68.98%	328.60 %	363.62%



Este gráfico muestra la comparación que se realizó para los tres escenarios que se plantearon; la tasa interna de retorno que indica la mayor rentabilidad en la inversión es la obtenida del optimista con un porcentaje del 363,62. Es decir este sería el beneficio obtenido del inversionista en cuanto a rentabilidad.

CONCLUSIONES

Realizada la investigación sobre el diseño de un plan de negocios para la producción y comercialización de productos elaborados con la técnica de macramé se concluye que:

Un plan de negocio es la ruta o guía para alcanzar los objetivos propuestos, su elaboración ayudará a estudiar la viabilidad técnica, financiera y económica que contribuya a transformar el proyecto en una idea palpable.

Permite analizar y conocer el mercado potencial al que estará sujeto y plantear estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes.

Ayudar a definir el capital humano necesario, detallando las funciones que deberá realizar para optimizar los recursos y mejorar la producción.

La realización de un plan de negocios proporciona la información económica-financiera, donde se controlan los flujos de efectivo entrantes y salientes, también ayuda minimizar los riesgos financieros a los que este expuesto el negocio, es decir esta área proporciona los datos cuantificables de si el proyecto es rentable o no.

A lo largo de esta investigación se comprendió que el plan de negocios no solo es una guía para lograr la realización de los objetivos sino que es una herramienta que sirve para mantenerse organizados en las diferentes áreas del negocio que su adaptación permite el desarrollo y el crecimiento del proyecto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los emprendedores elaborar un plan de negocio, para que les sirva como guía y les permita alcanzar los objetivos establecidos, su elaboración ayudará a estudiar la viabilidad técnica, financiera y económica.

Conocer el mercado potencial al que estará dirigido el negocio e implementar estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes.

Implementar un estudio organizativo que les permita definir el capital humano necesario, detallando las funciones que deberán realizar en el proceso productivo.

Desarrollar un plan financiero que les permita conocer los costos y gastos, así como la inversión necesaria para implementar el negocio, dentro del cual puedan tener un parámetro de la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

Tomar en cuenta los diferentes escenarios que el negocio podría atravesar como es optimista y pesimista, es importante conocer los factores sensibles que puede golpear al proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Borello, A. (2000), El Plan de Negocios. Recuperado de <https://www.casadellibro.com/libro-el-plan-de-negocios/9789584100931/729267>

Borello, A. (1994) Plan de Negocios: Guía de gestión de la Pequeña Empresa. Madrid, España-

Cardenas, T. (2017), Enredados, una historia a traves de macramé. (Proyecto de Grado) Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas, Colombia.

Canales, Y. Chavez A. Rodriguez, E. (2012) "Diseño de un Plan de Negocios para la producción y comercialización nacional e internacional de artículos de decoración de interiores elaborados con materiales reutilizables"

Chauvel, V. (18 diciembre, 2020), Macrama paso a paso nudos para principiantes, Recuperado de <https://www.crehana.com/blog/craft/macrame-paso-a-paso/>

Micaela, (04 de enero, 2021). ¿Qué es el macramé y que necesito para hacer nudos? Recuperado de <http://www.domestika.org/es/blog/6251-que-es-el-macrame-y-que-materiales-necesito-para-hacer-nudos>.

Ossorio, A. (2003) Planteamiento Estrategica) 16, 5ta Edición

Roberto Hernández Sampieri,(2014), Metodología de la investigación, 6ta Edición .

Presupuestos financieros, Recuperado de <https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca>

Presupuesto maestro, Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv>

Harvard Manage Mentor PLUS. Conceptos financieros básicos. 1999

Gitman, Lawrence (1997) Fundamentos de administracion fiannciera. Editorial OUP Harla Mexico,

Anexos

Anexo 1

Encuesta dirigida a los emprendedores de San Salvador



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Encuesta dirigida a emprendedores del sector artesanal del municipio de San Salvador.

Objetivo: Conocer la opinión y percepción que tienen los emprendedores del sector artesanal del municipio de San Salvador, para determinar la situación actual de la producción y comercialización de artículos artesanales en el mercado y su conocimiento sobre un plan de negocio.

Indicaciones: Marque la respuesta considere según su criterio, puede marcar más de una respuesta.

Datos generales:

Nombre del emprendimiento: _____

1. ¿Qué tipo de artesanía es la que produce y comercializa?

- Artesanías textiles
- Artesanías en metal
- Artesanías en cerámica
- Artesanías en barro
- Artesanía en madera
- Otros

2. ¿Tiempo de operación del emprendimiento?

- Menos de 1 año
- De 1 a 3 años
- De 3 a 5 años
- De 3 a 5 años

3. ¿Número de empleados que posee?

- No posee
- 1 a 5 empleados
- 5 a 10 empleados
- 10 a más empleados

4. ¿Qué le motivó a emprender?

- Falta de oportunidades laborales
- Por independencia económica
- Aprovechamiento de una oportunidad

5. ¿Cuál es el mercado objetivo?

Mercado local

Mercado nacional

Mercado extranjero

6. ¿Cuáles considera son los criterios de compra de los clientes?

Precio Calidad Innovación

Apoyo del consumo local Otros _____

7. ¿Seleccione el factor más importante que considera afectan la compra de las artesanías?

Competencia Precios Falta de promoción

Poca valoración al trabajo artesanal

Otros

Mencione: _____

8. ¿Qué elementos consideran al momento de establecer los precios de venta?

Costo de materias primas Costos fijos

Precio de la Competencia Mercado y demanda

Otros:

Mencione _____

9. ¿Cuál de los siguientes factores considera que son obstáculos para incrementar la participación en el mercado?

Falta de capital para invertir falta de apoyo gubernamental

Competencia poca demanda de los productos

Otros: _____

10. ¿Cuál es la manera que lleva a cabo la comercialización del producto?

- Venta dentro de un local Ferias locales
- Venta a través de plataformas en líneas otros
- Venta en línea y dentro de un local

11. ¿De qué manera promociona sus productos o artesanías?

- Utilización de catálogos
- Boletines
- Redes sociales
- Sitios web
- Otros _____

12. ¿Qué tipo de conocimientos considera importante para que el emprendimiento tenga éxito?

- Finanzas/contabilidad
-
- Marketing digital
- Informática/sistemas
- Habilidades de venta
- Conocimiento técnico

13. ¿Qué conocimiento posee sobre que es un plan de negocio?

- Mucho
- Poco
- Nada

14. ¿Cómo considera que un plan de negocio beneficia al emprendimiento?

Alcanzar los objetivos del negocio

Manejo correcto del flujo de efectivo

Evitar estancamiento del negocio

Corregir a tiempo la marcha del negocio

Coordinar las diferentes áreas del negocio

15. ¿Estaría dispuesto a implementar un plan de negocio en su emprendimiento?

Sí

No

Tal vez



Anexo 2

Entrevista realizada al emprendimiento, Mikrama

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Guía de entrevista

“Diseño de un plan de negocios para la producción y comercialización de artículos elaborados con la técnica de macramé, para emprendedores del municipio de San Salvador.

Entrevista dirigida al emprendimiento Mikrama

Objetivo: Determinar la situación actual que presenta el negocio de artesanías “Mikrama, sv”, con el propósito de realizar un diagnóstico que proporcionara los datos necesarios para diseñar la propuesta del plan de negocios para el emprendimiento de artesanías.

Preguntas:

1. ¿Posee misión y visión el negocio?
2. ¿Cuál es los objetivos que persigue el negocio?
3. ¿Cuenta con estructura organizativa?
4. ¿Cómo fijan su precio? En base a:
 - a) Costo, MP, MO, utilidad%
 - b) Demanda
 - c) Competencia
5. ¿Por qué medio da a conocer sus productos?
6. ¿Qué tipo de materia prima utiliza para la elaboración de las artesanías?
8. ¿tiene contratados empleados dentro del emprendimiento?

ANEXO 3

Productos elaborados por el emprendimiento, Mikrama

Repisa



Mikrama 
Arte en nudos

REPISA PERFECTA PARA
COLOCARLA EN EL INTERIOR DE
TU HOGAR. CON TEJIDO EN
FORMA TRIANGULAR.

TABLA 18X50CM

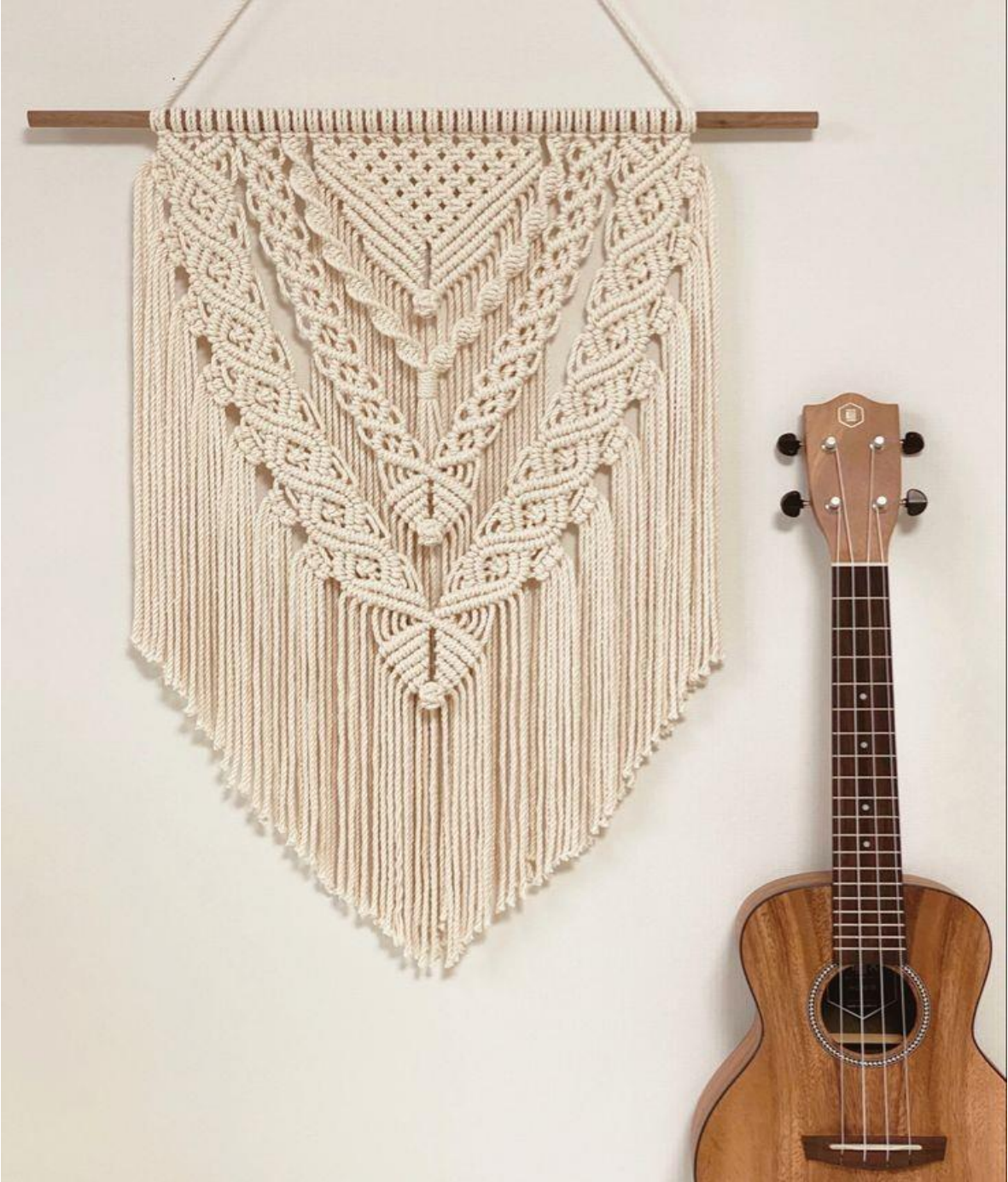
Portamacetas



PORTA MACETA, IDEAL PARA
COLOCAR EN EL INTERIOR,
PROPORCIONANDO VIDA Y
FRESCURA A TU HOGAR.



Tapiz



ANEXO 4
Perfiles del emprendimiento Mikrama, en Redes Sociales.

Facebook Mikrama.



Instagram Mikrama



mikrama.sv



37
Publicaciones

345
Seguidores

43
Seguidos

Macramé

Arte

🌿 Tejidos de macrame elaborados a mano con amor para llenar de luz cada sitio de tu hogar

🌿 Pedidos por DM

📍 El Salvador

Ver traducción

karitto_romero, areespinozaa y 5 personas más siguen esta cuenta

Siguiendo ▾

Mensaje

Contacto



Clientes



Tapices



Repisas



Información



Porta Macramé



ANEXO 5
Inversión inicial

MIKRAMA SA

	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EN UNIDADES	TOTAL COSTO	
Productos terminados	PORTA MACETAS	\$ 8.68	45	\$ 390.60	
	REPISAS	\$ 11.77	41	\$ 482.57	
	TAPICES	\$ 12.67	37	\$ 468.79	
	Sub – total		123	\$ 1,341.96	
Materia prima e insumos	Hilo trenzado 4mm	\$ 4.20	75	\$ 315.00	
	Caja con bolas de madera (200 bolas)	\$ 0.01	800	\$ 8.00	
	Tabla redonda de madera rústica	\$ 1.00	80	\$ 80.00	
	Aro de madera pequeño	\$ 0.25	50	\$ 12.50	
	Hilo trenzado 3mm	\$ 3.40	75	\$ 255.00	
	Palo de madera tipo escoba	\$ 0.80	60	\$ 48.00	
	Tabla de pino cepillado	\$ 1.50	45	\$ 67.50	
	Hilo trenzado 2.5mm	\$ 2.90	25	\$ 72.50	
	Masilla para madera	\$ 5.95	3	\$ 17.85	
	Spray barniz	\$ 1.50	8	\$ 12.00	
	Esponja con lija	\$ 1.50	19	\$ 28.50	
	Lija para madera	\$ 1.00	10	\$ 10.00	
	Silicon	\$ 0.15	35	\$ 5.25	
	Papel de empaque grueso pliego	\$ 0.10	60	\$ 6.00	
	Etiquetas con logo	\$ 0.03	125	\$ 3.75	
	Etiquetas con agradecimiento	\$ 0.03	125	\$ 3.75	
	Cinta adhesiva	\$ 1.25	8	\$ 10.00	
	Tirro	\$ 1.35	8	\$ 10.80	
	Sub – total			\$ 966.40	
		Tijera grande	\$ 4.00	3	\$ 12.00
		Tijera pequeña	\$ 3.00	3	\$ 9.00
		Corta hilos	\$ 2.00	3	\$ 6.00
	Materiales indirectos	Cepillo de peinar hilos	\$ 2.00	3	\$ 6.00
		Cinta de medir	\$ 1.50	3	\$ 4.50
		Aguja capotera	\$ 1.00	1	\$ 1.00
		Telar	\$ 90.00	2	\$ 180.00
Computadora		\$ 1,200.00	1	\$ 1,200.00	
	Sub – total			\$ 1,418.50	
	TOTAL			\$ 3,726.86	

ANEXO 6
Proyección de ingresos

MIKRAMA SV
PROYECCIÓN DE INGRESOS PARA LOS AÑOS 2022 – 2026
EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PORTA MACETAS	Incremento	2021	2022	2023	2024	2025
PRECIO POR UNIDAD	5 %	22.00	22.10	22.20	22.30	22.40
TOTAL UNIDADES	450.00	473	496	521	547	12,580.49
Venta Anual	2021	2022	2023	2024	2025	PROYECTO
TOTAL	\$ 9,900.00	\$ 10,442.25	\$ 11,013.98	\$ 11,616.77	\$ 12,252.30	\$ 55,225.29

REPISAS	Incremento	2021	2022	2023	2024	2025
PRECIO POR UNIDAD	5 %	40.00	40.05	40.10	40.15	40.20
TOTAL UNIDADES	397.00	417	438	460	483	19,784.80
Venta Anual	2021	2022	2023	2024	2025	PROYECTO
TOTAL	\$ 15,880.00	\$ 16,694.84	\$ 17,551.47	\$ 18,452.02	\$ 19,398.75	\$ 87,977.08

TAPICES	Incremento	2021	2022	2023	2024	2025
PRECIO POR UNIDAD	5 %	38.25	38.30	38.35	38.40	38.45
TOTAL UNIDADES	289.00	303	319	335	351	13,787.79
Venta Anual	2021	2022	2023	2024	2025	PROYECTO
TOTAL	\$ 11,054.25	\$ 11,622.14	\$ 12,219.17	\$ 12,846.86	\$ 13,506.77	\$ 61,249.18

TOTAL DE INGRESOS	\$ 36,834.25	\$ 38,759.23	\$ 40,784.62	\$ 42,915.65	\$ 45,157.82	\$ 204,451.56
--------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------

ANEXO 7
Amortización de préstamo.

Préstamo: \$4,000.00
Plazo: 5 años 60 meses
Interés: 22 % anual
Cuota: \$110.48

periodo	capital	intereses	cuota	Saldo
Saldo inicial				4,000.00
1	\$37.14	\$73.33	\$110.48	\$3,962.86
2	\$37.82	\$72.65	\$110.48	\$3,925.03
3	\$38.52	\$71.96	\$110.48	\$3,886.52
4	\$39.22	\$71.25	\$110.48	\$3,847.29
5	\$39.94	\$70.53	\$110.48	\$3,807.35
6	\$40.67	\$69.80	\$110.48	\$3,766.68
7	\$41.42	\$69.06	\$110.48	\$3,725.26
8	\$42.18	\$68.30	\$110.48	\$3,683.08
9	\$42.95	\$67.52	\$110.48	\$3,640.13
10	\$43.74	\$66.74	\$110.48	\$3,596.39
11	\$44.54	\$65.93	\$110.48	\$3,551.85
12	\$45.36	\$65.12	\$110.48	\$3,506.49
13	\$46.19	\$64.29	\$110.48	\$3,460.30
14	\$47.04	\$63.44	\$110.48	\$3,413.26
15	\$47.90	\$62.58	\$110.48	\$3,365.36
16	\$48.78	\$61.70	\$110.48	\$3,316.58
17	\$49.67	\$60.80	\$110.48	\$3,266.91
18	\$50.58	\$59.89	\$110.48	\$3,216.33
19	\$51.51	\$58.97	\$110.48	\$3,164.82
20	\$52.45	\$58.02	\$110.48	\$3,112.37
21	\$53.42	\$57.06	\$110.48	\$3,058.95
22	\$54.39	\$56.08	\$110.48	\$3,004.56
23	\$55.39	\$55.08	\$110.48	\$2,949.16
24	\$56.41	\$54.07	\$110.48	\$2,892.76
25	\$57.44	\$53.03	\$110.48	\$2,835.31
26	\$58.49	\$51.98	\$110.48	\$2,776.82
27	\$59.57	\$50.91	\$110.48	\$2,717.25
28	\$60.66	\$49.82	\$110.48	\$2,656.59
29	\$61.77	\$48.70	\$110.48	\$2,594.82
30	\$62.90	\$47.57	\$110.48	\$2,531.92
31	\$64.06	\$46.42	\$110.48	\$2,467.86

32	\$65.23	\$45.24	\$110.48	\$2,402.63
33	\$66.43	\$44.05	\$110.48	\$2,336.20
34	\$67.65	\$42.83	\$110.48	\$2,268.56
35	\$68.89	\$41.59	\$110.48	\$2,199.67
36	\$70.15	\$40.33	\$110.48	\$2,129.52
37	\$71.43	\$39.04	\$110.48	\$2,058.09
38	\$72.74	\$37.73	\$110.48	\$1,985.34
39	\$74.08	\$36.40	\$110.48	\$1,911.27
40	\$75.44	\$35.04	\$110.48	\$1,835.83
41	\$76.82	\$33.66	\$110.48	\$1,759.01
42	\$78.23	\$32.25	\$110.48	\$1,680.78
43	\$79.66	\$30.81	\$110.48	\$1,601.12
44	\$81.12	\$29.35	\$110.48	\$1,520.00
45	\$82.61	\$27.87	\$110.48	\$1,437.39
46	\$84.12	\$26.35	\$110.48	\$1,353.27
47	\$85.67	\$24.81	\$110.48	\$1,267.60
48	\$87.24	\$23.24	\$110.48	\$1,180.37
49	\$88.84	\$21.64	\$110.48	\$1,091.53
50	\$90.46	\$20.01	\$110.48	\$1,001.07
51	\$92.12	\$18.35	\$110.48	\$908.94
52	\$93.81	\$16.66	\$110.48	\$815.13
53	\$95.53	\$14.94	\$110.48	\$719.60
54	\$97.28	\$13.19	\$110.48	\$622.32
55	\$99.07	\$11.41	\$110.48	\$523.25
56	\$100.88	\$9.59	\$110.48	\$422.37
57	\$102.73	\$7.74	\$110.48	\$319.64
58	\$104.62	\$5.86	\$110.48	\$215.02
59	\$106.53	\$3.94	\$110.48	\$108.49
60	\$108.49	\$1.99	\$110.48	\$0.00
	\$4,000.00	\$2,628.54	\$6,628.54	

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Fe- cha	Periodo	Pago capital	Pago interés	Total cuota	Saldo
2022	12	493.51	832.19	1,325.71	5,302.83
2023	12	613.73	711.98	1,325.71	3,977.12
2024	12	763.23	562.47	1,325.71	2,651.42
2025	12	949.16	376.55	1,325.71	1,325.71
2026	12	966.56	359.15	1,325.71	- 0.00

ANEXO 8
Presupuesto de ventas en cantidades unitarias.

MIKRAMA SV
PRESUPUESTO DE VENTAS (EN DÓLARES) PARA EL PERIODO DE 2022 A 2026

Productos	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Porta macetas	\$ 9,900.00	\$ 10,442.25	\$ 11,013.98	\$ 11,616.77	\$ 12,252.30	\$ 55,225.30
Repisas	\$ 15,880.00	\$ 16,694.84	\$ 17,551.47	\$ 18,452.02	\$ 19,398.75	\$ 87,977.08
Tapices	\$ 11,054.25	\$ 11,622.14	\$ 12,219.17	\$ 12,846.86	\$ 13,506.77	\$ 61,249.19
TOTAL	\$ 36,834.25	\$ 38,759.23	\$ 40,784.62	\$ 42,915.65	\$ 45,157.82	\$ 204,451.57

ANEXO 9
Presupuesto de producción

MIKRAMA, SV

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN PARA EL PERIODO DE 2022 al 2026

CONCEPTO	PRODUCTOS A PRODUCIR		
	PORTA MACETAS	REPISAS	TAPI- CES
PRONÓSTICO DE UNIDADES A VENDER	4972	6886	6664
INVENTARIO FINAL DESEADO	20	15	12
<u>SUB TOTAL</u>	4992	6901	6676
INVENTARIO INICIAL AL 31/12/20	-45	-41	-37
TOTAL UNIDADES A PRODUCIR.	4,947	6,860	6,639

ANEXO 10
Presupuesto de compra materia prima

MIKRAMA, SV
PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA - PORTA MACETAS - PARA
PERIODO 2022-2026

CONCEPTO	Hilo trenzado 4mm	Caja con bo- las de ma- dera (200 bo- las)	Tabla redonda de madera rus- tica	Aro de madera pequeño
UNIDADES A PRODUCIR	4,947	4,947	4,947	4,947
UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	1	8	1	1
TOTAL UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	<u>4947</u>	<u>39576</u>	<u>4947</u>	<u>4947</u>
INVENTARIO FINAL DESEADO	20	160	20	20
SUB-TOTAL REQUERIDO	<u>4967.00</u>	<u>39736.00</u>	<u>4967.00</u>	<u>4967.00</u>
INVENTARIO INICIAL		155	550	850
UNIDADES DE MATERIA PRIMA A COMPRAR	<u>4967.00</u>	<u>39581.00</u>	<u>4417.00</u>	<u>4117.00</u>
PRECIO UNITARIO	\$ 9.00	\$ 5.50	\$ 3.50	\$ 4.00
VALOR TOTAL COMPRA	\$ 44,703.00	\$ 217,695.50	\$ 15,459.50	\$ 16,468.00

MIKRAMA, SV

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA - REPISAS - PARA PERIODO 2022-2026

CONCEPTO	Hilo trenzado 3mm	Hilo trenzado 4mm	Palo de madera tipo escoba	Tabla de pino cepillado
UNIDADES A PRODUCIR	6,860	6,860	6,860	6,860
UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	1	0.24	0.33	1
TOTAL UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	<u>6860.00</u>	<u>1646.40</u>	<u>2263.80</u>	<u>6860.00</u>
INVENTARIO FINAL DESEADO	623	623	156	1246
SUB-TOTAL REQUERIDO	<u>7483.00</u>	<u>2269.40</u>	<u>2419.80</u>	<u>8106.00</u>
INVENTARIO INICIAL	420	355	450	285
UNIDADES DE MATERIA PRIMA A COMPRAR	<u>7063.00</u>	<u>1914.40</u>	<u>1969.80</u>	<u>7821.00</u>
PRECIO UNITARIO	\$ 9.00	\$ 3.50	\$ 3.50	\$ 3.80
VALOR TOTAL COMPRA	\$ 63,567.00	\$ 6,700.40	\$ 6,894.30	\$ 29,719.80

MIKRAMA, SV

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA - TAPICES - PARA PERIODO 2022-2026

CONCEPTO	Hilo trenzado 4mm	Hilo trenzado 2.5mm	Palo de madera tipo escoba
UNIDADES A PRODUCIR	6,639	6,639	6,639
UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	1.00	1	0.33
TOTAL UNIDADES DE MATERIA PRIMA REQUERIDA	<u>6639.00</u>	<u>6639.00</u>	<u>2190.87</u>
INVENTARIO FINAL DESEADO	1950	1950	244
SUB-TOTAL REQUERIDO	<u>8589.00</u>	<u>8589.00</u>	<u>2434.87</u>
INVENTARIO INICIAL	540	255	356

UNIDADES DE MATERIA

PRIMA A COMPRAR	<u>8049.00</u>	<u>8334.00</u>	<u>2078.87</u>
PRECIO UNITARIO	\$ 9.00	\$ 3.50	\$ 3.50
VALOR TOTAL COMPRA	\$ 72,441.00	\$ 29,169.00	\$ 7,276.05

ANEXO 11

*Presupuesto de mano de obra***MIKRAMA, SV****MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL PERIODO 2022- 2026**

Concepto	CANTI- DAD A PRODU- CIR	CANTIDAD DE HORAS POR UNIDAD	Total Horas Requeridas	Costo por Hora	Costo Total
PORTA MA- CETAS	4,947	2.00	9894	\$ 1.66	\$ 16,424.04
REPISAS	6,860	3.50	24010	\$ 1.75	\$ 42,017.50
TAPICES	6,639	2.50	16597.5	\$ 1.80	\$ 29,875.50
COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					\$ 88,317.04

ANEXO 12

Depreciación

COMPUTADORA

Fecha	Monto	Vida útil	Monto a depreciar	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
	\$1,200.00	<u>15.00 %</u>	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00	\$180.00

EDIFICIO

Fecha	Monto	Vida útil	Monto a depreciar	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
	\$45,000.00	<u>3.00 %</u>	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00	\$1,350.00

TELAR

Fecha	Monto	Vida útil	Monto a depreciar	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
	\$90.00	<u>8.00 %</u>	\$7.20	\$7.20	\$7.20	\$7.20	\$7.20	\$7.20

\$1,537.20

ANEXO 13
Escenario Optimista- Pesimista

MIKRAMA SV

	Optimista	Estimado	Pesimista
Inversión	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
Vida en años	7	5	4
Valor residual	\$ 178,963.32	\$ 139,401.75	\$ 31,421.50
Ingresos por año	\$ 43,255.00	\$ 36,834.25	\$ 29,757.50
Egresos por año	\$ 28,289.84	\$ 22,637.22	\$ 27,956.92
Depreciación	\$ 1,537.20	\$ 1,537.20	\$ 1,537.20
Interés anual	13.47 %	13.47 %	13.47 %
ISR			
VAN	\$ 115,911.57	\$ 115,101.82	\$ 14,377.34

OPTIMISTA	ESTIMADO	PESIMISTA
\$ 115,911.57	\$ 115,101.82	\$ 14,377.34

ANEXO 14
Escenario Estimado

MIKRAMA SV

No	Ingresos	Egresos	Depreciación	ISR	Residual	Flujo
0		\$7,000.00				-\$7,000.00
1	\$36,834.25	\$22,637.22	\$1,537.20	\$3,164.96		\$11,032.07
2	\$38,759.23	\$23,763.94	\$1,537.20	\$3,364.52		\$11,630.77
3	\$40,784.62	\$23,575.51	\$1,537.20	\$3,777.36		\$13,431.75
4	\$42,915.65	\$24,112.79	\$1,537.20	\$4,222.28		\$14,580.58
5	\$45,157.82	\$25,567.39	\$1,537.20	\$4,423.52	\$145,627.57	\$161,471.85
					VPN=	\$ 115,101.82
					TIR=	180.27%

ANEXO 15
Escenario Optimista

MIKRAMA SV

No	Ingresos	Egresos	Depreciación	ISR	Residual	Flujo
0		\$7,000.00				-\$7,000.00
1	\$43,255.00	\$28,289.84	\$1,537.20	\$3,356.99		\$11,608.17
2	\$46,396.00	\$29,714.98	\$1,537.20	\$3,785.96		\$12,895.07
3	\$49,764.80	\$30,267.58	\$1,537.20	\$4,490.00		\$15,007.21
4	\$53,377.88	\$30,272.36	\$1,537.20	\$5,392.08		\$17,713.44
5	\$57,252.95	\$31,803.73	\$1,537.20	\$50,718.83	\$ 178,963.32	\$153,693.70
					VPN=	\$ 115,911.57
					TIR=	193.28 %

ANEXO 16
Escenario Pesimista

MIKRAMA SV

No	Ingresos	Egresos	Depreciación	ISR	Residual	Flujo
0		\$7,000.00				-\$7,000.00
1	\$30,157.50	\$27,956.92	\$1,537.20	\$165.85		\$2,034.74
2	\$31,129.95	\$28,951.67	\$1,537.20	\$160.27		\$2,018.01
3	\$32,133.60	\$29,386.02	\$1,537.20	\$302.60		\$2,444.99
4	\$33,169.45	\$29,261.93	\$1,537.20	\$592.58		\$3,314.94
5	\$34,238.54	\$30,192.72	\$1,537.20	\$8,481.01	\$31,415.44	\$26,980.24
					VPN=	\$ 14,377.34
					TIR=	51.10 %