

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



**“MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIONES E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

MARIANA EUNICE FRANCO ESQUIVEL  
NATALIA ARMIDA ORANTES QUINTANILLA  
RAISA MARÍA PATIÑO PRADO

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ABRIL 2023**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

**Universidad de EL Salvador.**  
**Autoridades de la Universidad.**

**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

**Secretaria:** Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

**Coordinador General de Procesos de Graduación**

Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

**Coordinador de Procesos de Graduación de la Escuela de Administración de Empresas:**

Lic. David Mauricio Lima Jaco

**Tribunal Evaluador.**

Msc. Abraham Vásquez Sánchez

Licenciado. Alfonso López Ortiz

MAE. Oscar Noé Navarrete Romero (Docente Asesor)

## AGRADECIMIENTOS.

“Agradezco a Dios primeramente por ayudarme a culminar un triunfo más en la vida, que me dio la fuerza y la sabiduría para terminar mi carrera, la salud para no abandonarlo. A mi abuela María Francisca Hernández, ya que gracias al apoyo incondicional que me ha dado en cada una de mis etapas en la vida y nunca permitir que abandone mis objetivos, por los sacrificios que tuvo que hacer para que esto pasara. A mis hermanas y prima, quienes no dejaron de estar pendientes de mí y de todo mi proceso profesional. También a mi hija Camila Andrea, ya que me acompaño en cada momento y a pesar de no entender me abrazaba y decía que podía hacerlo y un agradecimiento especial a MAE. Óscar Navarrete quien de manera muy especial nos asesoró en este proyecto y nos dio mucho ánimo para poder culminarlo. Esto está dedicado a cada uno de ustedes”

Raisa María Patiño Prado.

“A mi Papá Dios que con su amor y su misericordia en mi vida, por darme fuerzas a no rendirme , a mi mamá Maritza Orantes por su amor, sacrificio que desde niña tuvo conmigo y apoyo incondicional y su sueño de verme crecer profesionalmente, a mi abuela Rosa Orantes que me cuida desde el cielo por ser una madre excepcional, a mi familia que siempre creyeron y siguen creyendo en mí, Quiero agradecer a todas las personas que fueron inspiración en mi vida y me impulsaron para lograr mi meta a los que están a mi lado y los que ya no están gracias por cada palabra de aliento y escucharme, a mi asesor Lic. Noé Navarrete por su apoyo e impulso en culminar esta etapa de trabajo de grado, aprendí y aún recuerdo con mucho cariño a Lic. Ricardo López Navas (Q.D.D.G.), Lic. Alfonso Ortiz, Lic. Jorge Benavides Trejo, Lic. Noé Cortéz, Lic. Machón, Lic. Vitelio Menjívar. A mis compañeras del grupo por haber culminado juntas este importante logro gracias por su paciencia y apoyo, a mis compañeros de Universidad los llevo en mi corazón por cada conocimiento adquirido, gracias a cada aprendizaje junto y trabajo en equipo. A mí misma por la perseverancia y por creer en mí y lograr mi anhelado logro, a mi alma mater UES por ser fuente de educación y cimiento en mi crecimiento profesional.”

Natalia Armida Orantes Quintanilla

A mi madre, padre e hijo, han sido mi inspiración y mi lucha constante, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este, me motivaron constantemente a no rendirme y así alcanzar mis anhelos. Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes, ya que suponen los cimientos de mi desarrollo y ahora en la evolución de mi trabajo de graduación, no ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a su paciencia y buenos consejos he llegado hasta aquí, hago presente mis afectos hacia ustedes, mi madre quien no me ha dejado caer en este camino la cual es mi pilar, mi padre quien me ayudo económicamente por un tiempo y mi hijo el cual es mi motivación. Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que me apoyaron y creyeron en mí y en la realización de este trabajo de graduación.

Mariana Eunice Franco Esquivel

## ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	i
Introducción.....	iii
CAPITULO I “MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIONES E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.” .....	1
1.1. OBJETIVOS.....	1
1.1.1. General.....	1
1.1.2. Específicos .....	1
1.2. MARCO HISTÓRICO .....	2
1.2.1. Historia de las fiestas .....	2
1.2.2. Definición de fiestas y eventos .....	4
1.2.3. Fiestas infantiles y otros eventos.....	5
1.2.4. Antecedentes de D’corarte, ubicado en el municipio de Soyapango .....	7
1.3. MARCO CONCEPTUAL .....	8
1.3.1. Información empresarial actual .....	9
1.4. ASPECTOS GENERALES DEL EMPRENDIMIENTO .....	11
1.4.1. Definición de emprendimiento .....	11
1.4.2. Concepto de empresa .....	11
1.4.3. Clasificación de empresa .....	12
1.5. MARCO TEÓRICO REFERENTE AL MODELO DE EMPRENDIMIENTO. ....	14
1.5.1. Modelo .....	14
1.5.2. Estrategias.....	14
1.5.3. Emprendimiento.....	14
1.5.4. Generalidades de las pequeñas empresas .....	16
1.5.5. Modelo de emprendimiento .....	17
1.5.6. Fases del modelo de emprendimiento .....	20
1.5.7. Etapas del emprendimiento.....	24
1.6. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL.....	25
1.6.1. Marco Legal .....	25
1.6.2. Marco Institucional .....	30

2.	CAPITULO II “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIONES E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.” .....	31
2.1.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
2.2.	OBJETIVOS.....	31
2.2.1.	General.....	31
2.2.2.	Específicos.....	32
2.3.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	32
2.3.1.	Método científico.....	32
2.3.2.	Tipos de investigación.....	33
2.3.3.	Diseño de investigación .....	33
2.3.4.	Técnicas de recolección de la información .....	33
2.4.	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	34
2.4.1.	Cuestionario .....	34
2.4.2.	Guia de entrevista .....	34
2.5.	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	35
2.5.1.	Primarias .....	35
2.5.2.	Secundarios.....	35
2.6.	ÁMBITOS DE LA INFORMACIÓN .....	35
2.7.	UNIDADES DE ANÁLISIS.....	35
2.8.	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA.....	36
2.8.1.	UNIVERSO.....	36
2.8.2.	MUESTRA .....	36
2.9.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	38
2.9.1.	Tabulación.....	38
2.9.2.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS .....	38
2.9.3.	Entrevista a emprendedora de D´corarte .....	56
2.9.4.	Análisis de la situación actual del emprendimiento D´corarte .....	57
2.9.5.	Alcances y limitaciones .....	68
2.9.6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	69

3.	CAPITULO III “PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIÓN E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.” .....	72
3.1.	IMPORTANCIA .....	72
3.2.	OBJETIVOS.....	72
3.2.1.	General.....	72
3.2.2.	ESPECÍFICOS .....	73
3.3.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA .....	73
3.4.	PRESENTACIÓN .....	73
3.5.	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL PROPUESTA.....	73
3.5.1.	Misión.....	73
3.5.2.	Visión.....	74
3.5.3.	Valores .....	74
3.6.	PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	75
3.6.1.	Propuesta de actividades a desarrollar.....	75
3.7.	FILOSOFÍA DEL NEGOCIO .....	78
3.7.1.	Objetivos: .....	78
3.8.	ESTRATEGIAS.....	79
3.8.1.	Estrategias del mercado.....	79
3.8.2.	Estrategias de Alianzas.....	80
3.8.3.	Estrategias tecnológicas.....	81
3.8.4.	Estrategias de capacitación.....	82
3.8.5.	Estrategias de método de pago .....	83
3.9.	DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO D´CORARTE.....	83
3.9.1.	Recursos materiales .....	83
3.9.2.	Recurso Humano.....	86
3.9.3.	Recursos Financieros.....	89
3.10.	ESTRATEGIAS PROPUESTAS, PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO.....	92
3.10.1.	Estrategias basadas en las 4p. Producto - precio – plaza – promoción .....	92
3.11.	PLAN DE ACCIÓN DE ESTRATEGIAS.....	98
3.12.	ESTIMACIÓN DE COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN. ....	102
3.13.	Balance Inicial de D´corarte .....	103

3.14.	Evaluación y monitoreo .....	104
3.14.1.	Evaluación. ....	104
3.14.2.	Monitoreo. ....	104
3.14.3.	Cronograma de actividades .....	105
4.	BIBLIOGRAFÍA.....	106
5.	ANEXO .....	109

## **Resumen Ejecutivo**

El trabajo de graduación se originó a partir de la idea de la emprendedora Claudia Zuniga de D´corarte, quien decidió formalizar su negocio en redes sociales y expandir el servicio de ventas a domicilio. Actualmente, su emprendimiento se encuentra ubicado en Urb. Montes de San Bartolo 4, Pol. I, Psj. 09, Casa #90, tercera etapa, Soyapango. Después de tres años de inactividad debido a la pandemia y al cierre de las actividades sociales, Claudia decidió adaptarse a los cambios en el mercado y aprovechar la oportunidad para darse a conocer en la zona de Soyapango. Su objetivo es establecer su emprendimiento como proveedor de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos en el municipio de Soyapango, departamento de San Salvador.

Debido a esta situación, la persona se dispuso a realizar un estudio para iniciar un modelo de emprendimiento. El objetivo principal era conocer y examinar la toma de decisiones en relación a los resultados obtenidos.

El objetivo primordial del trabajo de investigación es realizar una búsqueda exhaustiva con el fin de proponer y sustentar un modelo de emprendimiento. La investigación se enfocará en conocer la situación actual del emprendimiento, teniendo en cuenta los elementos tanto teóricos como prácticos que aporten acciones adecuadas para elaborar una propuesta sólida. El propósito final es contribuir al crecimiento del emprendimiento y que este sea reconocido en la zona.

La información utilizada para respaldar la investigación fue obtenida a través del método científico y análisis, lo que permitió obtener los datos relevantes. Se emplearon técnicas e instrumentos adecuados para recopilar la información necesaria, como entrevistas y encuestas.

Algunas de las conclusiones que se obtuvieron en la investigación fueron:



1. D'corarte necesita contar con una misión, visión y objetivos los cuales son elementales para todo negocio y no solo para empresas. Y que esto tiene que conocer tanto los empleados como también los clientes.
2. Que el emprendimiento no cuenta con las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras, para darse a conocer y que los clientes encuentren el trabajo que realizan de los eventos sociales a los cuales son contratados.
3. El emprendimiento solo recibe sus pagos en efectivo y que no cuenta con otros medios de cobro, para tener así una mayor demanda, ya que no todos los clientes andan dinero en efectivo, muchos hacen transacciones electrónicas para facilitar la compra.

Partiendo de lo anterior, se determina las recomendaciones para el emprendimiento:

1. Se propone establecer un modelo de emprendimiento para iniciar una pequeña empresa que ofrezca servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos, con el objetivo de impulsar el crecimiento del negocio.
2. Se sugiere la creación del perfil de D'corarte en diversas Redes Sociales para dar a conocer el emprendimiento de forma más económica en comparación con otros medios de comunicación.
3. Se plantea que D'corarte implemente opciones de cobro para sus clientes, incluyendo pagos electrónicos asociados a cuentas bancarias, para agilizar las transacciones financieras.

## **Introducción.**

Un modelo de emprendimiento es considerado como la estructura de un proyecto de negocio en el que se identifica: la visión, misión, los valores, recursos y herramientas de gestión, además de definir las estrategias. Es de gran importancia que todo emprendedor tenga claro que no solo es tener la idea de querer hacer o poner un emprendimiento o brindar un servicio, que todo esto va ligado a crear un modelo. Y que esto permita que se generen estrategias para poder poner en marcha ese modelo de emprendimiento.

En la actualidad D'corarte y la emprendedora Claudia Zuniga dependen mucho de este modelo para darse a conocer dentro del área del municipio de Soyapango, lo cual le generara ganancias a largo plazo y su cartera de clientes aumentara a la que ya tiene actualmente.

Se busca solucionar dicha problemática mediante el modelo de emprendimiento, el cual se encuentra comprendido en tres capítulos.

El capítulo I. Se expone el origen de las fiestas y eventos. A su vez los antecedentes del emprendimiento D'corarte, leyes y servicios y productos que ofrece.

El capítulo II. Es la investigación de campo, el cual se ha elaborado con la metodología necesaria para ejecutar el estudio, se recabo la información suficiente, donde se realizó un análisis, interpretación y procesamiento de los datos obtenidos. De tal manera así se realizó un diagnóstico de la situación, con el único fin que con esto se elaboró la formulación de las conclusiones y recomendaciones necesarias.

El capítulo III. En este se desarrolla la propuesta del modelo de emprendimiento para mejorar la situación actual de D'corarte, para la emprendedora Claudia Zuniga, el cual va orientado en poder brindar apoyo en la solución en cuanto a los recursos necesarios materiales, financieros y de personal requerido para poder poner en marcha el proyecto.

**CAPITULO I “MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIONES E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.”**

**1.1. OBJETIVOS**

**1.1.1. General**

Elaborar un marco teórico que sustente la propuesta del proyecto de la elaboración de un modelo de emprendimiento para iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos en el municipio de Soyapango, departamento de San Salvador.

**1.1.2. Específicos**

- a) Presentar información general que hace referencia a las generalidades del emprendimiento D'corarte para conocer los antecedentes y la situación en que se encuentra.
- b) Conocer los antecedentes de las fiestas infantiles y otros eventos.
- c) Determinar los conceptos básicos sobre el modelo de emprendimiento para iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoración e insumos para fiestas infantiles y otros eventos.

## 1.2. MARCO HISTÓRICO

### 1.2.1. Historia de las fiestas

Desde hace mucho tiempo las fiestas o eventos son parte de la humanidad ya que vivimos como seres sociales.

Según la historia los antepasados antes de la colonización realizaban eventos y sacrificios para los dioses, los cuales eran festividades en toda la región y sus habitantes. O antes de salir a la guerra para despedirse de su familia por si no llegaban a volver.

**IMAGEN N°1**



En la imagen se ve una fiesta de sacrificio.

Según en el artículo de la Vanguardia, las fiestas paganas se fueron convirtiendo con el tiempo en festividades religiosas, ya que como se conoce en la historia los ancestros fueron politeístas, por lo cual cada día era para ellos una festividad para cada uno de sus dioses, ya que ofrecían sus sacrificios para tener una mejor cosecha o tener un día lluvioso, etc.

Ellos en su artículo mencionan lo siguiente:

“Los primeros pueblos y civilizaciones tenían religiones politeístas. Eso significa que creían en distintas divinidades: el Dios del sol, de la agricultura, de la lluvia, de la

muerte, etc... Era su manera de explicar aquello que no tenía explicación.” (REPORT, 2017)

## IMAGEN N°2



En la imagen se nombran algunos de los dioses de la antigüedad.

En el mismo artículo mencionan que: “Así es, los egipcios, los griegos y los romanos fueron tres civilizaciones importantes de la antigüedad, cada una con sus propias creencias religiosas y festivales. Para explicar los fenómenos naturales y todo lo que no podían entender, los antiguos se imaginaban que había dioses que regían su destino.” (REPORT, 2017)

Con el tiempo y cuando los españoles llegaron a las tierras de nuestros ancestros y comenzaron a cambiar a una religión y a creer en un solo Dios, muchas de las festividades simplemente fueron cambiando a un entorno religioso, ellos le fueron dando otro giro a las conmemoraciones.

Un ejemplo de estos cambios de celebraciones es que lo mencionan en el artículo es el de: la Saturnalia esta era la celebración romana dedicada a Saturno, el Dios de la agricultura y los frutos. La Iglesia convirtió esta celebración pagana en una festividad cristiana que se conoce como: la Navidad. (Junior Report, 2017)

Como se nota las festividades en el transcurso del tiempo ha cambiado y pasado de ser un evento religioso a un solo Dios a una festividad que la iglesia le dio otro giro en torno a las creencias de un solo Dios.

### 1.2.2. **Definición de fiestas y eventos**

El vocablo latino festum es el plural de festa: de allí proviene la palabra fiesta. “Se trata de un rito social, compartido entre un grupo de personas, donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración. Los cumpleaños y las bodas son dos ejemplos de ocasiones que se festejan.” (Perez Porto, 2023)

Una fiesta es un suceso el cual es diseñado para celebrar un acontecimiento importante, la mayoría de las veces con alegría. Además tiene como objetivo el entretenimiento, los festejos también incluyen los días que conmemoran eventos históricos importantes en la vida de una nación o región, y los días en que las actividades están mayormente inactivas y los funcionarios están de servicio.

Las fiestas pueden ser tanto públicas como privadas. En las privadas se organizan por un individuo, la mayoría de las veces con invitados seleccionados. Las bebidas, comida y música son elementos bastante comunes para que sea divertida. Las festividades públicas, por otro lado, se realizan en lugares de libre acceso, como bares y discotecas, pero con un alto grado de publicidad.

Estos festejos son uno de los entornos más populares para la convivencia y las relaciones sociales.

“Los eventos son un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como

seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.” (Maguieventos, 2011).

El propósito es en este caso es celebrar, pero también es importante crear un ambiente cómodo donde las personas puedan relajarse, divertirse y socializar. Esto no aplica para los que son realizados dentro de las empresas para anunciar nuevos productos. A este tipo de reunión se le conoce como evento corporativo, y dado que una empresa busca a los inversores para que inviertan en su producto y lo lleven al mercado, la lista de asistentes que maneja suele ser muy influyente y reservada. De esto se puede deducir que en este tipo de eventos sociales, la interacción de las personas es muy poca, ya que todos los invitados necesitan conocer los productos presentados.

### 1.2.3. Fiestas infantiles y otros eventos

Ya en la actualidad no solo son las celebraciones religiosas, sino que se fueron dando otras fiestas o eventos que las personas fueron realizando y ahora son parte de la sociedad. En estas se reúne muchas personas que son parte de un grupo social, familiares o área geográfica.

Como lo explica Brian Calvo Sánchez en su artículo en UnComo, que dice:

“Las fiestas son una clase de encuentros sociales en los que se presenta una agrupación o conglomeración de personas con el objetivo de homenajear, conmemorar o agasajar un evento particular. Normalmente, se asocia a un carácter ritual debido a que los festejos tienen como finalidad la exaltación de un acontecimiento por el que se reúnen personas para festejarlo.” (Sánchez, 2022)

Como el menciona para que se dé un evento tienen que reunirse un número de personas las cuales tengan como objetivo en común la festividad o celebración.

Entre las fiestas que se pueden mencionar están las religiosas, las patrias, las sociales y las de cumpleaños.

**Festividades Religiosas:** en estas festividades se reúnen todas las personas que tienen la misma identificación religiosa, unas de carácter general y colectivo como la Semana Santa, Navidad, el Año Nuevo o algunos días concretos de Vírgenes y Santos. Y otras son de carácter más particular como: las bodas, comuniones o bautismos.

**Festividades patrias y oficiales:** en estas celebraciones el grupo de personas que se reúnen son de una misma nacionalidad o territorio geográfico, y son de alta relevancia dentro de la comunidad. Muchas de estas festividades son días feriados.

Se pueden mencionar: El 1° de mayo, Día del trabajador y el 12 de octubre, Día de la Independencia y las fiestas agostinas,

**Celebraciones tradicionales de El Salvador:** hay unas que son de carácter tradicional dentro del país, estas su característica además de la festividad es la comida tradicional o artesanías.

Entre las tradicionales del país se encuentran: Semana Santa, que también es parte de las festividades religiosas, día de la Cruz, los Talcigüines, día de los Farolitos, día de la pupusa.

También existen otras fechas importantes:

Día de la Madre, 10 de mayo

Día del Padre, el 17 de junio

Día del Niño, el 1 de octubre



**Festejos sociales:** estas fiestas son de ámbito más privado, este tiene como fin el festejo de eventos asociados con la culminación, cumplimiento o el comienzo de algún evento.

Un ejemplo: es el regreso escolar o universitario de los alumnos de una institución educativa. Otros ejemplos son las fiestas de solteros, en las que se despide la soltería de un individuo; las de inauguración de alguna casa, piso o edificio; una muestra de arte o de obra social (puede ser de carácter público y también de ámbito privado).

**Fiestas de cumpleaños:** estos son eventos en las cuales son más personales, y el círculo social puede ser más restringido, el objetivo de esta es festejar la vida, el aniversario de un nacimiento.

Estos festejos van acompañados de música acorde a la edad del festejado, también se degusta de comida y que no son cotidianas. En estas festividades los invitados llevan obsequios al cumpleañosero.

#### 1.2.4. **Antecedentes de D'corarte, ubicado en el municipio de Soyapango**

D'corarte, es un pequeño negocio que nace el 16 de marzo de 2015; decorando las fiestas de familiares y amistades, Claudia Zuniga su creadora decide que es necesario que el negocio crezca más y lo publica en su Facebook personal el 27 de marzo de 2017. La idea surge por la necesidad de querer proporcionar piezas originales que hagan las celebraciones más divertidas.

Claudia mezcla técnicas como plano seriado y plegado, hace adornos temáticos personalizados al cliente y a la vez mezclarlo con los elementos tradicionales, con diseños únicos con materiales como lo son la cartulina. De esta forma crea espacios

temáticos con ideas muy coloridas. Con el tiempo, los clientes nuevos la contactaron para que D'corarte, realizara la decoración en Restaurantes y Hoteles.

Hoy en día, D'corarte ha iniciado sus operaciones nuevamente después pandemia, y desea mejorar como emprendimiento. Claudia Zuniga y sus colaboradores trabaja en dos pequeños esfuerzos: 1) En la decoración para los eventos, y 2) la elaboración de adornos temáticos originales de piezas reciclaje y papel (en cuanto al reciclaje puede ser con latas, periódicos y demás material que se pueda utilizar para la realización del repujado).

### 1.3. MARCO CONCEPTUAL

D'corarte es un emprendimiento que se inició en el año 2015 y rápidamente comenzó a ganar reconocimiento en su círculo social a través de sus operaciones de ventas. Sin embargo, en el año 2020, como consecuencia de la pandemia a nivel nacional e internacional que afectó la economía de múltiples formas, tuvo que cerrar sus operaciones.

La situación de la pandemia en El Salvador llevó al cierre temporal de todos los negocios, incluidos aquellos dedicados a la venta de artículos para fiestas y eventos, hasta que los casos de Covid-19 disminuyeran. Durante más de tres años, D'corarte quedó inactivo, pero su emprendedora, Claudia Zúñiga, decidió retomar sus esfuerzos para reestablecer el negocio y mejorar sus estrategias de ventas.

Claudia Zúñiga se enfrentó a una situación crítica durante la pandemia y las medidas tomadas por el Gobierno. Sin embargo, ahora está decidida a reiniciar D'corarte y hacerlo crecer. Para lograrlo, ha decidido implementar nuevas formas de hacer

negocios, como una mayor presencia en redes sociales y el servicio a domicilio, entre otros aspectos importantes en este tipo de emprendimientos.

El enfoque del trabajo de graduación de Claudia será fortalecer el crecimiento y desarrollo de D'corarte, teniendo en cuenta estas nuevas estrategias

### **1.3.1. Información empresarial actual**

#### ***1.3.1.1. Descripción del emprendimiento***

D'corarte es un emprendimiento que se especializa en brindar servicios completos para la planificación y decoración de fiestas infantiles y eventos. Con un enfoque personalizado, se adaptan a las necesidades y preferencias de cada cliente, ofreciendo soluciones de decoración a medida.

Con una amplia gama de ideas y temáticas disponibles, D'corarte ofrece al cliente la posibilidad de darle un toque único y creativo a su celebración. Cada detalle es cuidadosamente pensado y diseñado para reflejar el estilo y la ocasión, creando así una experiencia mágica y memorable.

Con una atención amable y dedicada, el equipo de D'corarte se compromete a hacer realidad los sueños de cada cliente, brindando un servicio profesional, puntual y de calidad.

En resumen, D'corarte es el aliado ideal para aquellos que deseen crear una fiesta infantil o evento inolvidable. Su enfoque personalizado, su amplia variedad de ideas temáticas y su compromiso con la excelencia en el servicio los convierte en una opción confiable y recomendable.

### ***1.3.1.2. Ubicación Geográfica***

Urb. Montes de San Bartolo 4, Pol. I, Psj. 09, Casa #90, tercera etapa, Soyapango

### ***1.3.1.3. Número de empleados***

D´corarte es una pequeña empresa conformada por un equipo de cuatro personas, la emprendedora y tres empleados que realizan diversas actividades para cumplir con los requerimientos de los clientes. Los decoradores trabajan arduamente en la creación de ambientes únicos y atractivos para todo tipo de eventos, ya sean bodas, cumpleaños, aniversarios, entre otros.

En conjunto, este equipo de trabajo conforma un emprendimiento comprometido con la calidad, el cuidado del medio ambiente y, sobre todo, con la satisfacción total de sus clientes.

### ***1.3.1.4. Productos y servicios que ofrecen***

Servicios que ofrece D´corarte:

1. Asesoramiento personalizado en la elección de decoraciones y temáticas para eventos.
2. Organización de eventos temáticos a medida.
3. Servicios de alquiler de mobiliario y accesorios para eventos.
4. Diseño y personalización de invitaciones y tarjetas de agradecimiento.
5. Servicios de iluminación y ambientación para crear atmósferas especiales.

Productos disponibles en D´corarte:

1. Detalles y accesorios para la mesa de dulces.
2. Figuras y adornos para pasteles y postres.

3. Guirnaldas y banderines decorativos.
4. Adornos colgantes y móviles decorativos.
5. Tarjetas de mesa y marcadores de lugar.
6. Centros de mesa y vasos personalizados.
7. Decoraciones para eventos corporativos y ferias comerciales.
8. Kits y materiales para manualidades y proyectos DIY (hazlo tú mismo).
9. Elementos de decoración para habitaciones infantiles y espacios temáticos.
10. Artículos para fiestas temáticas

#### **1.4. ASPECTOS GENERALES DEL EMPRENDIMIENTO**

##### **1.4.1. Definición de emprendimiento**

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa que de aquí en adelante se identificara con sus siglas CONAMYPE nos define el emprendimiento como el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso. (CONAMYPE, s.f.)

Es un término que en las últimas ocasiones está siendo más utilizado en el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, ya que se supera los constantes y crecientes problemas económicos.

##### **1.4.2. Concepto de empresa**

El Código de Comercio de El Salvador, en el artículo 553, cita: “La empresa mercantil está constituida por un conjunto coordinado de trabajo, de elementos

materiales y de Valores incorpóreos, con objeto de ofrecer al público con propósito de lucro y de manera sistemática bienes o servicios”.

### 1.4.3. Clasificación de empresa

En cuanto a la clasificación de las empresas existe una gran variedad. De acuerdo a los criterios de clasificación mencionados esta categorizada como una MICRO EMPRESA.

Tabla N°1

CONAMYPE	<p>a) Micro: Es de iniciativa modestas en magnitud y capacidad, sus recursos económicos son escasos, y está integrada comúnmente por familiares.</p> <p>b) Pequeña: Al igual que la anterior en cuanto a recursos económicos y capacidad, pero con la diferencia, que incluye personal que no pertenece al núcleo familiar.</p> <p>c) Mediana: Es clasificada así, en vista que se encuentra en crecimiento superando las etapas anteriores. Ya cuenta con instalaciones adecuadas a su demanda, incluyendo</p>
----------	---

	<p>tecnología moderna y personal de todo nivel académico.</p> <p>d) Grande: Esta cuenta con los mejores recursos económicos, organizacionales, de materiales y de tecnología avanzada.</p>
FUSADES	<p>a) Microempresa: por el número de empleados: del 1- 10</p> <p>b) Pequeña: Por el número de empleados del: 11-19</p> <p>c) Mediana: Por el número de empleados del: 20-99</p> <p>d) Grande: Por el número de empleados de: 100- a mas</p>
FUNDAMYPE	<p>a) Micro: Hasta 4 personas</p> <p>b) Pequeña: Hasta 49 personas</p> <p>c) Mediana: Hasta 99 personas</p> <p>d) Grande: Mas de 99 personas</p>
BANCO CENTRAL DE RESERVA	<p>a) Micro Empresa: de 1 a 10 personas</p> <p>b) Pequeña empresa: de 11 a 19</p>

	<p>personas</p> <p>c) Mediana Empresa: de 20 a 99 personas</p> <p>d) Gran Empresa: de 100 a más personas</p>
--	--

Fuente: FUSADES, BCR, MINEC, MH, CONAMYPE.

## **1.5. MARCO TEÓRICO REFERENTE AL MODELO DE EMPRENDIMIENTO.**

### **1.5.1. Modelo**

Considerado como la estructura de un proyecto de emprendimiento en el que se identifica: la visión, misión, los valores, recursos y herramientas de gestión, además de definir las estrategias.

### **1.5.2. Estrategias**

La estrategia para desarrollar una idea de emprendimiento debe seguir un plan de trabajo integral que cubra todos los aspectos necesarios.

Es fundamental que la estrategia sea innovadora y ambiciosa, abriendo el camino para llevar a cabo el proyecto con éxito.

### **1.5.3. Emprendimiento**

El emprendimiento es una mentalidad y una filosofía de vida, asimismo representa un enfoque y, en última instancia, implica una elección. Personas con ideas de negocio se encuentran en cada esquina. Hay emprendedores dentro de las empresas (intraemprendedores), emprendedores independientes que son dueños de sus propias



empresas, y también aquellos que emprenden sin tener un negocio formal, como las amas de casa, las madres comunitarias y los vendedores ambulantes.

Un emprendedor es aquel que elige perseguir un sueño con una gran determinación para alcanzarlo. Esta elección demanda adquirir conocimientos para enfrentar los desafíos y aprender de los aciertos y errores, tanto propios como ajenos. Además, debe estar preparado para comprender el entorno en el cual llevará a cabo su iniciativa. El emprendimiento puede variar según la motivación que impulse a esta alternativa, entre las cuales podemos mencionar las siguientes:

### **Emprendimiento por necesidad**

**Enfoque de subsistencia:** son todos aquellos negocios que surgieron por la falta de empleos en el país, ya que por subsistir los emprendedores tuvieron la idea de poner l en marcha el emprendimiento que podrá sacar adelante a su familia. Ya que el fin principal es obtener un ingreso.

Características:

- I. La actividad económica se lleva a cabo sin una planificación previa ni futura.
- II. El emprendedor opera bajo presión.
- III. La motivación principal es generar ingresos para subsistir, no necesariamente establecer un negocio formal o formalizar la actividad económica.

**Enfoque tradicional:** este surge de la idea de que persona no quiere un empleo fijo; sino el ser su propio jefe, en este, el emprendedor porque conoce el mercado y sabe de productos o servicios que podrían tener alta demanda

Características:

- i. Tiene conocimiento del mercado en el que operará su negocio.
- ii. Es capaz de establecer una infraestructura (tanto física como de personal) para ejecutar su iniciativa.
- iii. iii. Realiza una planificación a corto y mediano plazo.
- iv. iv. La motivación no solo es generar ingresos, sino también crear una empresa y proporcionar empleo a otros.

**Emprendimiento por oportunidad.** Este surge de personas visionarias, ya que pueden tener un empleo pero en mente tienen el producto o servicio que quieren vender. Por eso buscan la información, ahorran y llegado el momento, deciden emprender su propio negocio, no porque su trabajo no fuera bueno, sino porque desean buscar una alternativa para asegurar el futuro de su familia y dejar huella en su comunidad.

Características:

- i. Tiene un profundo conocimiento del mercado donde operará su negocio, incluyendo los productos y competidores.
- ii. Es capaz de diseñar una iniciativa que tendrá un impacto significativo en el mercado.
- iii. Realiza una planificación a mediano y largo plazo.
- iv. La motivación principal es establecer una empresa con potencial de crecimiento rápido.

#### 1.5.4. Generalidades de las pequeñas empresas

En El Salvador existe la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), institución encargada de promover, facilitar y coordinar la ejecución de

políticas, estrategias, programas y acciones para el desarrollo integral del micro y pequeñas empresas.

A continuación, los programas que se están ejecutando:

\* **Fondo de Asistencia Técnica, FAT.** Ofrece un subsidio de hasta un 80 por ciento para la contratación de los servicios de asistencia técnica. Este programa tiene líneas directas en beneficio del fortalecimiento de la oferta de servicios y la asociatividad en el país.

\* **Bono de capacitación, BONOMYPE.** Apoyo a la capacitación para las empresas del sector que lo soliciten.

\* **Programa de Ampliación del Microcrédito.** Con éste se busca ampliar el financiamiento a los micros y pequeñas empresas de El Salvador. Todos estos son esfuerzos enfocados a buscar el cambio dentro de las empresas del sector para fortalecer su competencia frente a las nuevas tendencias de las economías mundiales.

#### 1.5.5. Modelo de emprendimiento

Existen varios enfoques y modelos que analizan el emprendimiento desde diversas perspectivas. Muchos de estos modelos abarcan la oferta o propuesta de valor de la empresa y las actividades que realiza para producir o proporcionar sus productos o servicios. Estos modelos se basan en disciplinas tan variadas como la Psicología, el Derecho y la Economía. Surge de la necesidad de encontrar la mejor manera de establecer un emprendimiento, y algunos estudios se han centrado en identificar los factores que pueden llevar al éxito de los emprendimientos. En este sentido, tres factores clave deben ser considerados:

- a) Analizar cómo los recursos, funciones o aspectos esenciales de la organización aportan valor al cliente.
- b) Examinar cómo se interrelacionan las diferentes partes dentro de la organización.
- c) Identificar cómo la empresa genera valor y obtiene beneficios a través de estas interacciones.

Entre los modelos más ampliamente utilizados debido a la relevancia que representan se encuentran: el Modelo Canvas, el Modelo Timmons y el Modelo ISUN, cada uno con sus propias características distintivas.

**Modelo Canvas.** Ha logrado una amplia popularidad gracias a su representación en el conocido lienzo del negocio. Esta metodología ha sido muy útil tanto para comprender empresas ya existentes como para diseñar, entender e innovar en nuevos emprendimientos. Al emprender, desarrollar tu propio modelo de emprendimiento es la mejor manera de comenzar, ya que te permite explicar cómo funcionará la empresa. (ModeloCanvas, s.f.)

En esencia, el Modelo Canvas describe lo que la empresa ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos, cómo se relaciona con ellos y, en última instancia, cómo crea, desarrolla y captura valor para sus clientes. Es una herramienta valiosa para visualizar de manera integral todos los aspectos clave de un emprendimiento, facilitando la identificación de oportunidades y desafíos.

**Modelo Timmons.** Se basa en tres pilares fundamentales: el mercado, las personas y los recursos. El emprendedor debe buscar una oportunidad, y al identificarla,

debe aprovecharla formando un equipo y reuniendo los recursos necesarios para comenzar un negocio. (del Pozo, 2016)

Jeffrey Timmons, reconocido por sus contribuciones en la formación de emprendedores, compartió claves del éxito emprendedor basadas en su experiencia trabajando con individuos dedicados a crear valor económico y social mediante iniciativas empresariales. Resumió estas claves en un modelo sencillo compuesto por tres elementos: la oportunidad, los recursos y el equipo. Estos factores deben equilibrarse de tal manera que la oportunidad de mercado identificada pueda ser aprovechada mediante la provisión adecuada de recursos, lo cual se logra con un trabajo efectivo del equipo emprendedor.

**Modelo Isun:** El Modelo ISUN (Inicie Su Negocio) es un programa dirigido a emprendedores que están en la etapa inicial de iniciar un negocio y ya tienen una idea concreta. Este programa de formación incluye trabajo de campo y brinda apoyo posterior a la capacitación. Su duración aproximada es de 5 días y ofrece asesoramiento para el inicio de una empresa, la elaboración de un plan de negocio y la evaluación de la viabilidad del proyecto. Este programa busca brindar a los emprendedores las herramientas necesarias para poner en marcha su negocio de manera exitosa. (Borja, 2020)

**Modelo GEM:** El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto de investigación que se creó para abordar la necesidad de contar con información relevante a nivel internacional sobre las características del emprendimiento en sus diversas etapas.

Desde su inicio, el GEM ha centrado sus principales esfuerzos en comprender las complejas relaciones entre el emprendimiento y el desarrollo. Adopta un enfoque integral y considera el papel que desempeñan las nuevas y pequeñas empresas, así como cómo estas actividades emprendedoras se desarrollan en cada país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. El objetivo principal del GEM es proporcionar datos valiosos que contribuyan a una mejor comprensión del panorama emprendedor a nivel global. (GEM Puerto Rico, 2016)

El Modelo GEM considera que las actividades emprendedoras de la población son dinámicas y abarcan dimensiones tanto económicas como sociales y culturales. A lo largo de su evolución desde su inicio en 1999, el modelo conceptual se ha mantenido fundamentado en las mismas bases. Se enfoca en la interdependencia entre la actividad emprendedora de la población, los valores sociales hacia el emprendimiento y los atributos individuales predominantes.

En el análisis realizado, se distingue la actividad emprendedora según la fase del ciclo de vida (naciente, nueva, establecida o descontinuada), el tipo de actividad (alto crecimiento, innovadora, internacional) y el sector en el que se desarrolla (de empleados o social). De esta manera, el Modelo GEM proporciona una visión integral de las diversas facetas del emprendimiento y su impacto en la sociedad y la economía, considerando sus aspectos económicos y no económicos por igual.

#### **1.5.6. Fases del modelo de emprendimiento**

El modelo de emprendimiento cuenta con 5 fases (UNAM , 2023). Entre las fases se puede numerar los siguientes:

**Fase 1. Generación de ideas:**

En esta etapa, el proceso de emprendimiento comienza con la generación de ideas para nuevos proyectos o negocios. Los emprendedores buscan identificar oportunidades y problemas en el mercado que puedan ser abordados con soluciones innovadoras. Durante esta fase, se fomenta la creatividad y el pensamiento lateral para explorar diferentes posibilidades y enfoques. Para generar una continua corriente de ideas deben tener conceptos sobre los siguientes puntos: (Peña, 2001)

- i. Tener fuentes internas y formales.
- ii. Consumidores
- iii. Competidores
- iv. Distribuidores y proveedores

El objetivo principal de esta fase es explorar y desarrollar ideas creativas y prometedoras que puedan ser potenciales oportunidades de negocio. Posteriormente, estas ideas serán evaluadas y refinadas en fases posteriores del proceso emprendedor para determinar cuál de ellas tiene el mayor potencial para convertirse en un proyecto exitoso.

**Fase 2. Diagnóstico:**

Una vez que se han generado varias ideas de emprendimiento en la fase anterior, la siguiente etapa es el diagnóstico. En esta fase, los emprendedores analizan y evalúan en detalle cada una de las ideas generadas para determinar su viabilidad y potencial de éxito.

El objetivo principal del diagnóstico es identificar las ideas más prometedoras y viables que tengan un mayor potencial de éxito en el mercado. Aquellas ideas que pasen

este riguroso proceso de evaluación y se consideren factibles, serán seleccionadas para avanzar a la siguiente fase del proceso emprendedor, donde se elaborará un plan de negocio más detallado y se definirán las estrategias para llevar a cabo el proyecto con éxito. Por otro lado, las ideas que no superen el diagnóstico podrán ser descartadas o revisadas para buscar posibles mejoras y ajustes que las hagan más viables en el futuro.

La definición de diagnóstico de Andrade de Souza: “Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones”.

### **Fase 3. Estructura preliminar de la idea**

Una vez que las ideas han pasado el proceso de diagnóstico y se han seleccionado aquellas con mayor potencial de éxito, la siguiente fase del proceso emprendedor es la elaboración de la estructura preliminar de la idea.

En esta etapa, los emprendedores trabajan en detallar y definir con mayor precisión cómo se desarrollará la idea de negocio. Se trata de establecer una estructura básica que incluya los principales componentes y elementos del proyecto, con el objetivo de tener una visión clara y organizada de cómo se materializará la idea en la realidad.

Es importante destacar que la estructura preliminar de la idea no es un plan de emprendimiento completo, sino más bien una guía inicial que servirá de base para el desarrollo del plan en la siguiente fase del proceso emprendedor. A medida que se avance en el proceso, esta estructura se irá ajustando y enriqueciendo con mayor detalle y precisión.



#### **Fase 4. Estructura sistematizada de la idea**

En la fase 4 del proceso emprendedor, se desarrolla una estructura sistematizada y más completa de la idea de emprendimiento, con el propósito de elaborar un plan detallado y bien estructurado. Esta etapa implica convertir la estructura preliminar en un documento sólido que contenga todos los aspectos esenciales del proyecto empresarial.

La estructura sistematizada de la idea de negocio es esencial para presentar el proyecto de manera clara y convincente a posibles inversionistas, socios comerciales o entidades financieras. Además, servirá como guía para la ejecución y gestión del negocio en sus etapas iniciales y posteriores.

#### **Fase 5. Modelo de emprendimiento**

La fase 5 del proceso emprendedor consiste en la creación y definición del Modelo de Emprendimiento, también conocido como el Modelo de Negocio o Business Model. En esta etapa, los emprendedores establecen la estructura fundamental del negocio, delineando cómo la empresa creará, entregará y capturará valor de manera sostenible.

El Modelo de Emprendimiento es una herramienta crucial para entender cómo se desarrollará y crecerá el negocio, además de permitir evaluar su viabilidad y escalabilidad. Una vez definido, el Modelo de Emprendimiento guiará la toma de decisiones estratégicas y operativas del emprendimiento, facilitando la búsqueda de inversores, socios y clientes potenciales.

### 1.5.7. Etapas del emprendimiento

Según el artículo "Etapas del emprendimiento" publicado en 2017, el proceso emprendedor puede dividirse en las siguientes etapas:

**1. Gestación:** En esta primera etapa, los emprendedores desarrollan habilidades empresariales y generan ideas de proyectos. Durante este proceso inicial de aprendizaje, las ideas se identifican y se adquieren las habilidades necesarias para llevarlas a cabo.

**2. Puesta en marcha:** En esta fase, los emprendedores trabajan en mejorar el prototipo o modelo de negocio. En ocasiones, los modelos de negocio se desarrollan de manera incorrecta en esta etapa temprana.

**3. Desarrollo inicial:** En este punto, los emprendedores comienzan a escalar su modelo de emprendimiento y llevarlo a la realidad. La obtención de financiamiento es fundamental para este proceso. Aquí es cuando los canales de venta, proveedores y otras variables deben estar listos para comenzar a vender oficialmente. El emprendimiento tradicionalmente ha sido un espacio para probar y ajustar el modelo de negocio en función del mercado para encontrar oportunidades de crecimiento.

**4. Crecimiento y consolidación:** A medida que el proyecto crece y se consolida, las capacidades operativas se hacen más claras, y emprendimiento entra en una fase de escalamiento y consolidación, evolucionando de una iniciativa a una empresa formal. En esta etapa, el emprendedor pasa de ser un gestor de la incertidumbre a un gestor de recursos. Se dejan atrás las meras hipótesis sobre mercados, industrias y habilidades, y se busca validar y ajustar cada idea para satisfacer las necesidades del cliente.

**5. Internacionalización:** En esta etapa, el emprendedor comienzan a expandir su modelo de negocio más allá de las fronteras y emprenden acciones para establecerse en

nuevos mercados. La recaudación de fondos se vuelve un punto crucial en este proceso de expansión.

En cada una de estas etapas, los emprendedores enfrentan desafíos únicos y deben adaptar sus estrategias y enfoques para garantizar el éxito continuo de su iniciativa empresarial.

## **1.6. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL**

### **1.6.1. Marco Legal**

#### **A) Constitución de la Republica de El Salvador**

“El Salvador reconoce a la persona humana como el origen y el fin de la actividad del Estado, que está organizado para la consecución de la justicia, de la seguridad jurídica y del bien común. En consecuencia, 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.” (Constitución de la República de El Salvador., 1983)Según Art. 1

“El trabajo estará regulado por un Código que tendrá por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y obligaciones. Estará fundamentado en principios generales que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores”. (Constitución de la República de El Salvador., 1983) Según Art. 38

“La seguridad social constituye un servicio público de carácter obligatorio. La ley regulará sus alcances, extensión y forma. Dicho servicio será prestado por una o varias instituciones, las que deberán guardar entre sí la adecuada coordinación para asegurar una buena política de protección social, en forma especializada y con óptima

utilización de los recursos. Al pago de la seguridad social contribuirán los patronos, los trabajadores y el Estado en la forma y cuantía que determine la ley. El Estado y los patronos quedarán excluidos de las obligaciones que les imponen las leyes en favor de los trabajadores, en la medida en que sean cubiertas por el Seguro Social”. (Constitución de la República de El Salvador., 1983) Según Art. 50

### **B) Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa**

“La presente Ley tiene por objeto fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas, en adelante también denominadas MYPE, y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial en condiciones de equidad, y constituye el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial” (Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña empresa, 2014) Según Art. 1

“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 en condiciones de equidad de género, destinados a mejorar los niveles de organización, administración, producción, articulación productiva y comercial”. (Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña empresa, 2014) Según Art. 5

“CONAMYPE impulsará a las MYPE, facilitándoles el acceso y la utilización de los instrumentos de promoción y desarrollo, con el fin de crear un entorno favorable a su competitividad”. (Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña empresa, 2014) Según Art. 38

### **C) Código de Comercio**

“Los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles 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” (Código de comercio de El Salvador, Decreto Legislativo N° 671, 1970, según Art.1)

### **D) Código de Trabajo.**

“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” (Código de Trabajo de la República de El Salvador. Decretó legislativo N° 15, 1972, Según Art. 1)

### **E) Ley de Protección al Consumidor.**

“El objeto de esta ley es proteger los derechos de los consumidores a fin de procurar el equilibrio, certeza y seguridad jurídica en sus relaciones con los proveedores.

Así mismo tiene por objeto establecer el Sistema Nacional de Protección al Consumidor y la Defensoría del Consumidor como institución encargada de promover y desarrollar la protección de los consumidores, disponiendo su organización, competencia y sus relaciones con los órganos e instituciones del Estado y los particulares, cuando requiera coordinar su actuación.” Ley de protección al consumidor. Decreto N° 776, 2005, Según Art. 1)

**F) Ley De Impuesto A La Transferencia De Bienes Muebles Y A La Prestación De Servicios**

“Por la presente ley se establece un impuesto que se aplicará a la transferencia, importación, internación, exportación y al consumo de los bienes muebles corporales; prestación, importación, internación, exportación y el autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma.” (Ley de impuesto a la transferencia de bienes mueble y a la prestación de servicios del impuesto. Decreto N° 296, 1992, Según Art. 1)

**G) Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social.**

“El régimen del Seguro Social obligatorio se aplicará originalmente a todos los trabajadores que dependan de un patrono sea cual fuere el tipo de relación laboral que los vincule y la forma que los haya establecido la remuneración. Podrá ampliarse oportunamente a favor de las clases de trabajadores que no dependan de un patrono. Podrá exceptuarse únicamente la aplicación obligatoria del régimen del Seguro, a los trabajadores que obtengan un ingreso superior a una suma que determinarán los

reglamentos respectivos. Sin embargo, será por medio de los reglamentos a que se refiere esta ley, que se determinará, en cada oportunidad la época en que las diferentes clases de trabajadores se irán incorporando al régimen del Seguro”. (Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social. Decreto N° 1263, 1997, Según Art. 3).

#### **H) Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.**

“Crease el Sistema de Ahorro para Pensiones para los trabajadores del sector privado, público y municipal, que en adelante se denominará el sistema, el cual estará sujeto a la regulación, control y control del estado, de conformidad a las disposiciones de esta ley.

El sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados, para cubrir los riesgos de invalidez común, vejez, longevidad y muerte de acuerdo con esta ley. (Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones. Decreto N° 927, Según Art 1)

### 1.6.2. Marco Institucional

Tabla N°2

LEYES	INSTITUCIONES
CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR	Corte Suprema de Justicia, mediante la Sala de lo Constitucional.
Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa	Ministerio de Economía a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)
CÓDIGO DE COMERCIO	Ministerio de Economía
CÓDIGO DE TRABAJO	Ministerio de Trabajo
LEY DE IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES Y A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.	Ministerio de Hacienda
LEY DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL	Instituto Salvadoreño del Seguro Social

Fuente: Elaboración propia del equipo de Investigación



## **CAPITULO II “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIONES E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.”**

### **2.1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

El desarrollo del diagnóstico es de suma importancia, ya que permite conocer la situación actual del emprendimiento D´corarte de Claudia Zuniga, ubicado en el municipio de Soyapango. Este proceso de análisis brindó pautas importantes para identificar aquellos aspectos que requieren refuerzo o cambio, con el objetivo de operar de manera más eficiente. La información obtenida a través del diagnóstico también posibilitará la creación de un modelo de emprendimiento, mediante el cual se puedan determinar las fortalezas y debilidades en cuanto a la atención al cliente y las operaciones que posee el negocio. Todo ello con la finalidad de incrementar y fortalecer las ventas.

### **2.2. OBJETIVOS**

#### **2.2.1. General**

Realizar un diagnóstico de la situación actual para iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoración e insumos para fiestas infantiles y otros eventos, en relación al modelo de emprendimiento para la toma de decisiones

### 2.2.2. Específicos

- a) Realizar un análisis de la situación actual del entorno, utilizando como técnica de apoyo como el FODA
- b) Aplicar técnicas e instrumentos de recolección de información que permitan determinar la percepción de los clientes potenciales sobre el emprendimiento de decoración e insumos para fiestas infantiles y otros eventos.
- c) Presentar un análisis de acuerdo a la información obtenida para la elaboración de las conclusiones y recomendaciones, con la finalidad de proponer alternativas, que permitan lograr la eficiencia y optimizar el buen desempeño en el desarrollo del emprendimiento.

## 2.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

### 2.3.1. Método científico

Se utilizó este método ya que consistió en una serie de pasos con información verídica y confiable para detallar las características del problema, se ejerció uso de las siguientes técnicas para fomentar esta investigación:

#### 2.3.1.1. *Analítico*

El método analítico es un procedimiento que descompone un todo en sus elementos básicos y, por tanto, que va de lo general a lo específico. Haciendo referencia de las opiniones o puntos de vista a considerar, estudiando el origen del problema dando una solución. Se profundizó en los temas inmersos de la situación actual en la empresa.

#### 2.3.1.2. *Sintético*

Una vez recopilada la información se analiza y se sintetiza, por lo que este método permite el proceso de razonamiento que se tuvo para construir toda la

investigación. Con este proceso se operó y se identificó de manera que se extrajeron las partes más importantes y particulares de ellas.

### **2.3.2. Tipos de investigación**

Para el estudio se utilizó el tipo de análisis descriptivo, ya que implica la observación y la descripción de las características del tema en estudio, debido a que este emprendimiento no había sido examinado anteriormente, y al no contar con un modelo de emprendimiento que influya de manera favorable como herramienta en la toma de decisiones.

### **2.3.3. Diseño de investigación**

El diseño del estudio es el no experimental, debido a que en la indagación no se manipuló ninguna variable por parte del investigador; Consistió en realizar la reestructuración del trabajo en estudio, ya que se busca hacer el diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra el pequeño negocio, para llegar a una solución y finalmente concluir con una propuesta de un modelo de emprendimiento, que responda al problema planteado.

### **2.3.4. Técnicas de recolección de la información**

Las técnicas utilizadas durante el proceso del trabajo fueron las siguientes:

#### ***2.3.4.1. Encuesta***

El uso de esta técnica se llevó a cabo a través de un cuestionario previamente diseñado para identificar las características generales de los consumidores, sus hábitos de compra, consumo y beneficios que busca. En la encuesta se estableció un grupo objetivo, de esta manera se obtuvo la información necesaria para realizar la propuesta.  
(Ver anexo N°2)

La encuesta fue realizada el 100% en línea con ayuda de la plataforma Google Forms, esto debido a que la situación de pandemia no permitía contacto ni salida de las residencias de los encuestados e investigadores.

#### **2.3.4.2. Entrevista**

Se realizó una guía de preguntas estructuradas orientadas hacia la situación actual del emprendimiento, la entrevista fue dirigida a la fundadora de D´corarte, para obtener información sobre la toma de decisiones debido a la expectativa del emprendimiento. Y de esta manera obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas (ver ANEXO 1).

### **2.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Los instrumentos utilizados en la investigación para auxiliar las técnicas fueron los siguientes:

#### **2.4.1. Cuestionario**

Este instrumento se diseñó con el objetivo de recolectar información primaria de las personas que serán potenciales clientes, dando soporte a la encuesta, mediante un conjunto organizado de preguntas cerradas y de opción múltiple, que se realizaron personalmente y a través del correo electrónico en la plataforma Google Forms.

#### **2.4.2. Guía de entrevista**

Una guía de entrevista es un documento que contiene una lista de preguntas y temas a abordar durante una entrevista. Fue dirigida a la emprendedora, la cual consistió en una serie de preguntas abiertas, permitiendo profundizar en la problemática relacionada a la situación en cuanto a la toma de decisiones y entre otras situaciones que se pudieron observar dentro de D´corarte.

## **2.5. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Según el nivel de información que proporcionaron las fuentes de investigación utilizadas fueron primarias y secundarias:

### **2.5.1. Primarias**

Los datos recolectados directamente del ambiente y la realidad del entorno, a través del uso de técnicas como la entrevista guiada y encuesta.

La información recolectada fue proporcionada por Claudia Zuniga y potenciales clientes del negocio de D´corarte

### **2.5.2. Secundarios**

Se recopiló los datos bibliográfica por medio de libros de diferentes autores sobre el emprendimiento en El Salvador, trabajos de graduación anteriormente realizadas que han abordado temáticas similares, folletos, revistas, enciclopedias, leyes, sitios web, entre otros.

## **2.6. ÁMBITOS DE LA INFORMACIÓN**

El sector en el cual se enfocó la investigación fue el emprendimiento D´corarte, ubicada en Urb. Montes de San Bartolo 4, Pol. I, Psj. 09, Casa #90, tercera etapa, Soyapango. San Salvador.

## **2.7. UNIDADES DE ANÁLISIS**

Para realizar la investigación se determinó como objeto de estudio el emprendimiento: D´CORARTE.

Como las unidades de análisis se determinaron:

- a) Fundadora del negocio D´corarte, ubicada en Soyapango, departamento de San Salvador.

- b) Por último, a los potenciales clientes y consumidores meta para identificar sus características generales, hábitos, gustos y preferencias.

## **2.8. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA**

### **2.8.1. UNIVERSO**

En el trabajo de investigación se contó con un universo de la emprendedora Claudia Zuniga, se realizó una entrevista, el instrumento utilizado fue un cuestionario con preguntas abiertas relacionadas con la situación actual del emprendimiento y la perspectiva a futuro del negocio, fue muy necesaria y precisa para el desarrollo de la investigación. Debido a que esta era una población finita se trabajó con el universo en su totalidad.

### **2.8.2. MUESTRA**

#### ***2.8.2.1. Determinación de la muestra***

Para determinar la muestra de los clientes potenciales, se utilizó el método de Muestreo Aleatorio Simple, la aplicación de este método permitió que cada uno de los elementos o personas de la población seleccionada tuvieran las mismas probabilidades de ser incluidos en la muestra.

#### ***2.8.2.2. Calculo de la muestra***

Muestra. Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (Lopez)

Para determinar la muestra se partió de la cantidad estimada de posibles consumidores de productos para decoración de fiestas y eventos, el perfil de los

elementos del grupo objetivo fueron las “personas mayores de dieciocho años a más, del municipio de Soyapango, departamento de San Salvador”. Población que asciende a 136,925 habitantes.

Se tomó el criterio anterior para el perfil de posibles consumidores, porque a partir de los dieciocho años se considera a la población económicamente activa, son independientes y tienen poder adquisitivo de compra.

Por la cifra de la población objeto de estudio que asciende a más de 100,000 personas, se consideró utilizar la fórmula para cálculo de muestra de población finita.

La muestra se realizó haciendo uso de la siguiente formula

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 (p \cdot q)}$$

Dónde:

n= Número total de personas a encuestar mayores de 18 años

N= Universo sujeto de estudio

Z= Nivel de confianza utilizado

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

E= Error de estimación

Se calculó la muestra de los habitantes y posibles clientes de D´corarte en la cual los datos constantes: Z = 1.96 (Coeficiente distribución normal estándar para un 95% de confianza) p = 0.5 q = 0.5 y E=0.09

Sustituyendo en la formula se obtiene:

$$N= 136,925^1$$

---

<sup>1</sup> Población según información brindada por Ministerio de Economía con Censo 2007

$$n = \frac{(136,925) (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.09)^2 (139,925-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

**n = 118 total de personas a encuestar.**

## **2.9. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Los datos obtenidos a través de la encuesta dirigida a Potenciales clientes, se procesaron en el programa de Microsoft Excel, donde se tabularon los datos para su registro y manejo, se llevó a cabo de la siguiente manera:

### **2.9.1. Tabulación**

La información recolectada a través de las encuestas se procesó mediante el uso de cuadros conteniendo frecuencias absolutas y porcentuales, para analizar cada una de las respuestas obtenidas, con estos cuadros tabulares se realizaron los gráficos de pastel, los cuales sirvieron para la interpretación de los resultados.

### **2.9.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

Al obtener los resultados por medio de la información recolectada, se procedió al respectivo análisis e interpretación de los datos, cuya presentación es a través de gráficos de pastel, que permite apreciar la información de una manera más adecuada, facilitando una mejor interpretación y análisis de la información recopilada en la investigación.



Las preguntas ya tabuladas son las siguientes:

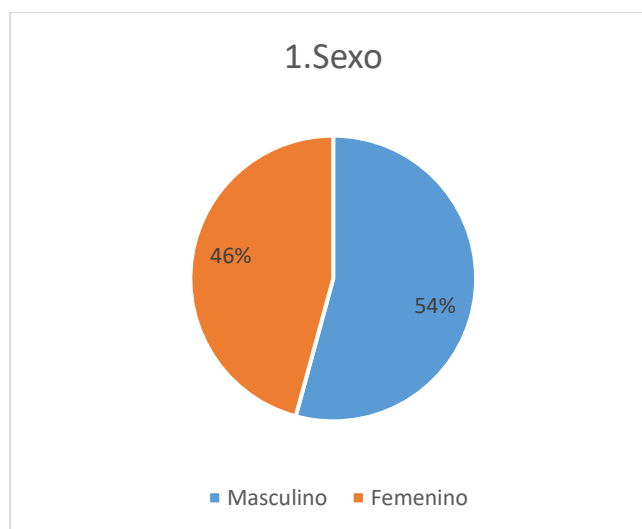
1. Datos generales

**Objetivo:** Determinar cuál es el género que prevalece en los habitantes del municipio de Soyapango.

Cuadro N°1

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
Masculino	64	54%
Femenino	54	46%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°1



**Interpretación de datos:** Según la información recolectada se determinó que más del 54% de los pobladores de Soyapango pertenecen al género masculino y el porcentaje restante al género femenino.

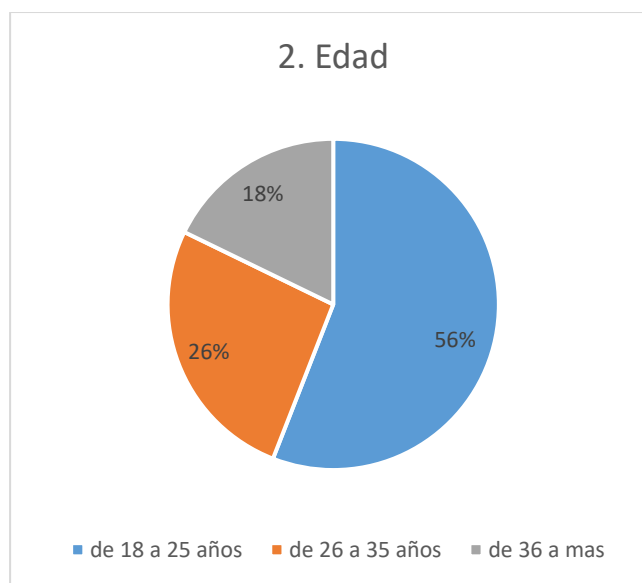
## 2. Edad

**Objetivo:** Conocer el rango de edad de los habitantes del municipio de Soyapango.

Cuadro N°2

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
de 18 a 25 años	66	56%
de 26 a 35 años	31	26%
de 36 a mas	21	18%
TOTAL	118	100%

Grafica N°2



**Interpretación de los datos:** Se observa que la población encuestada se encuentra dentro del rango de mayores de 18 años ya que con esto se determina que es una población la cual pueda consumir y adquirir los productos y servicios del emprendimiento D'corarte. Lo que demuestra que hay potenciales consumidores de los productos y servicios que ofrece D'corarte.

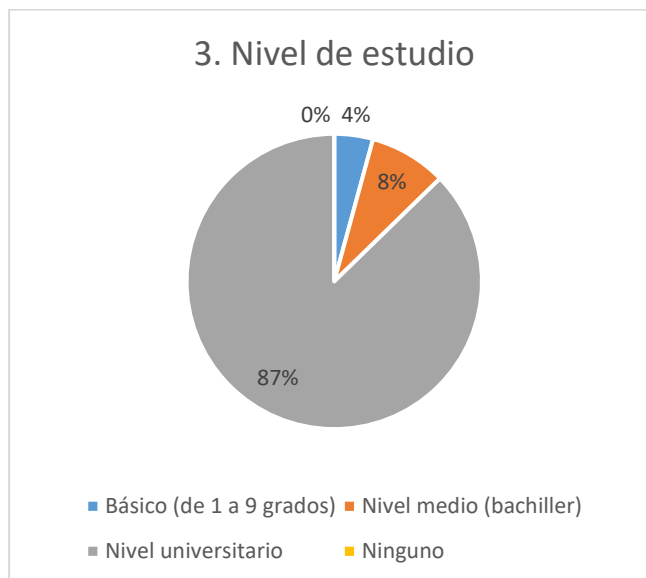
### 3. Nivel de estudio

**Objetivo:** Conocer el nivel académico de los habitantes del municipio de Soyapango.

Cuadro N°3

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa %
Básico (de 1 a 9 grados)	5	4%
Nivel medio (bachiller)	10	8%
Nivel universitario	103	87%
Ninguno	0	0%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°3



**Interpretación de los datos:** Según los datos obtenidos la mayoría de los habitantes de Soyapango son de nivel universitario, y el 8% de nivel bachillerato, por lo cual estarán más propensos a consumir o adquirir los productos o servicios, por las actividades que se realizan dentro del círculo de amigos. Y las actividades que se dan dentro de las instituciones

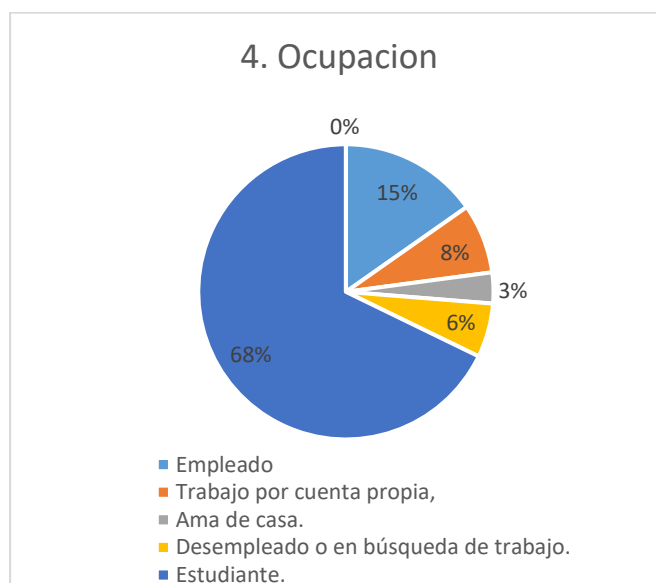
#### 4. Ocupación

**Objetivo:** Conocer la profesión u oficio de los habitantes del municipio de Soyapango

Cuadro N°4

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa%
Empleado	18	15%
Trabajo por cuenta propia,	9	8%
Ama de casa.	4	3%
Desempleado o en búsqueda de trabajo.	7	6%
Estudiante.	80	68%
No trabaja, ni estudia.	0	0%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°4



**Interpretación de datos:** Con base en la información obtenida, se muestra que el porcentaje más alto arrojado fue del 65%, representando una población dedicada al estudio. A primera vista, esto podría parecer un problema, pero al analizarlo detenidamente, se percibe como una oportunidad favorable para D'corarte.

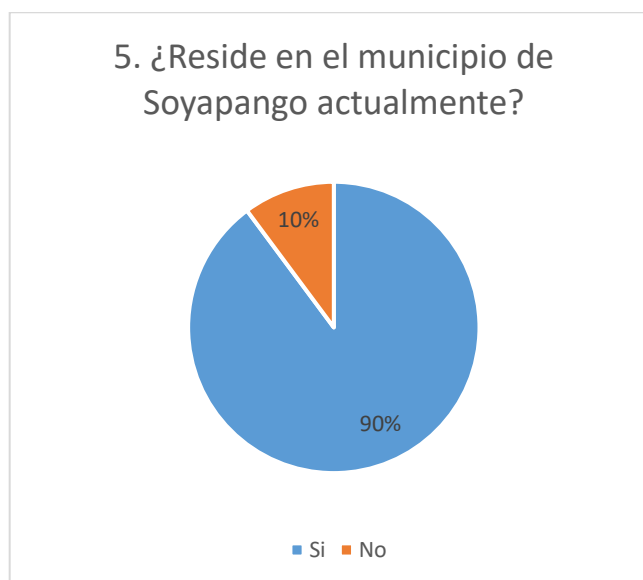
## 5. ¿Reside en el municipio de Soyapango actualmente?

Objetivo: la encuesta solo se delimito para residentes de Soyapango.

Cuadro N°5

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa%
Si	106	90%
No	12	10%
TOTAL	118	100%

Grafica N°5



**Interpretación de datos:** la encuesta fue realizada solo en el municipio de Soyapango con el objeto de conocer si sería beneficioso ofrecer el servicio de decoración en este municipio, el 10% son personas que se han mudado pero que con anterioridad residían en dicho lugar. Y con el 90% de los encuestados se observa que es posible ya que son residentes del lugar y son potenciales clientes.

6. ¿Compra productos para fiestas u otro evento social?

**Objetivo:** conocer población que estas dispuestas a obtener artículos para decoración de fiestas.

Cuadro No 6

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	117	99%
No	1	1%
TOTAL	118	100%

Gráfico No 6



**Interpretación de datos:** Se observa en el gráfico que la mayoría de la población está dispuesta a obtener artículos de fiesta. Por lo que es favorable el negocio en el área.

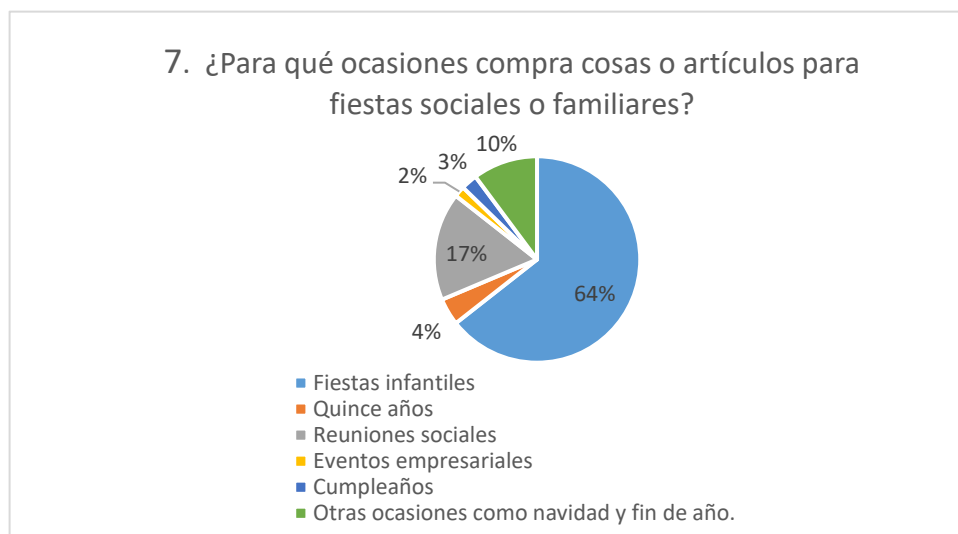
7. ¿Para qué ocasiones compra cosas o artículos para fiestas sociales o familiares?

**Objetivo:** obtener la cantidad de personas que realizan eventos sociales y así conocer los posibles clientes y las actividades que más se realizan.

Cuadro No 7

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Fiestas infantiles	76	64%
Quince años	5	4%
Reuniones sociales	20	17%
Eventos empresariales	2	2%
Cumpleaños	3	3%
Otras ocasiones como navidad y fin de año.	12	10%
TOTAL	118	100%

Gráfico No 7



**Interpretación de datos:** En la actualidad por tradiciones familiares siempre se han realizado festejos y celebraciones con los datos obtenidos el porcentaje más alto de estos es del 64% del cual se realizan las fiestas infantiles siendo el mayor potencial de artículos que se puedan vender y también segunda más votada fue reuniones sociales,

dando una idea de los artículos de los cuales estar más pendientes de tener para el consumo de los clientes.

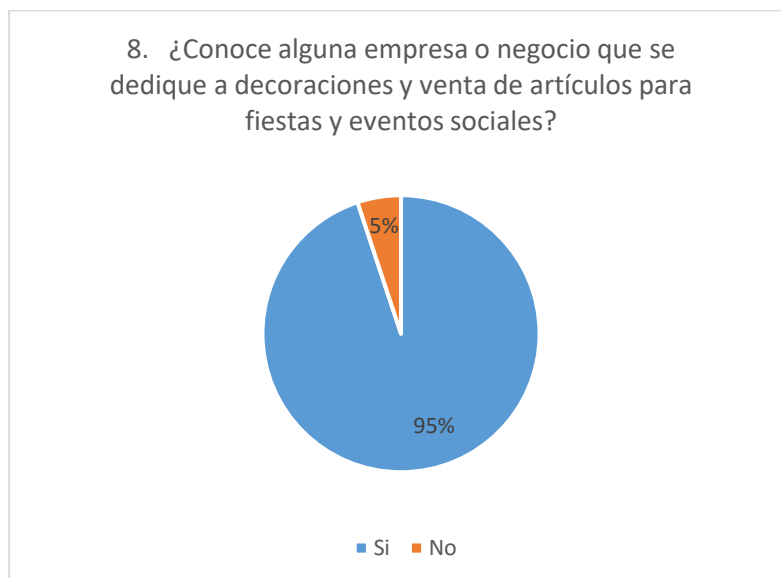
8. ¿Conoce alguna empresa o negocio que se dedique a decoraciones y venta de artículos para fiestas y eventos sociales?

**Objetivo:** Identificar si los encuestados conocen empresas que vendan artículos para decoración de fiestas.

Cuadro No 8

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	112	95%
No	6	5%
TOTAL	118	100%

Grafica No 8





**Interpretación de datos:** En la actualidad existen muchos proveedores de suministros para decoraciones y eventos sociales en el siguiente análisis de datos muestran que la mayoría de las personas tienen conocimiento de otras empresas con un porcentaje de 95%. Esto dice que las personas se tienen que movilizar fuera del área de Soyapango para buscar y comprar los artículos que necesitan para sus fiestas y eventos.

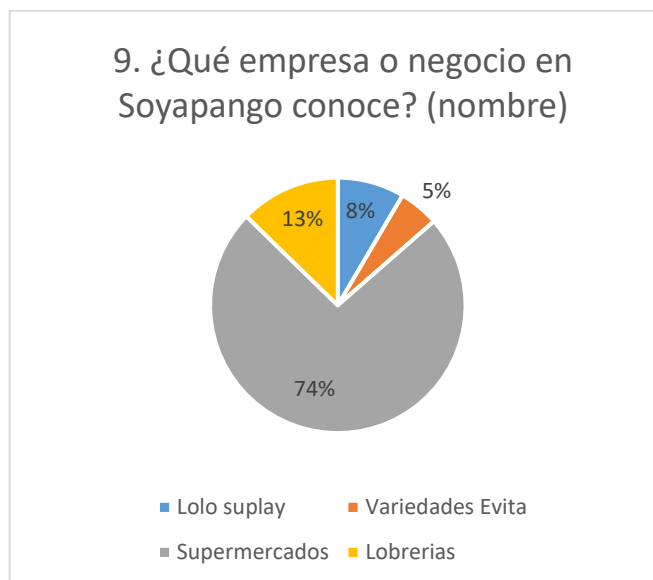
9. ¿Qué empresa o negocio en Soyapango conoce? (nombre)

**Objetivo:** saber si las personas tienen conocimiento de estas empresas dedicadas a vender artículos para fiestas y cuales conocen dentro del área de Soyapango.

Cuadro No 9

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Lolo suplay	10	8%
Variedades Evita	6	5%
Supermercados	87	74%
Librerías	15	13%
TOTAL	118	100%

Grafica No 9



**Interpretación de datos:** la información obtenida nos muestra que las personas conocen de empresas o negocios que se dedican al rubro de las fiestas, pero también demuestra que las que ellos conocen no están en su mayoría dentro de la zona de Soyapango, ya que los nombres de estas que brindaron son de muchas que no son locales.

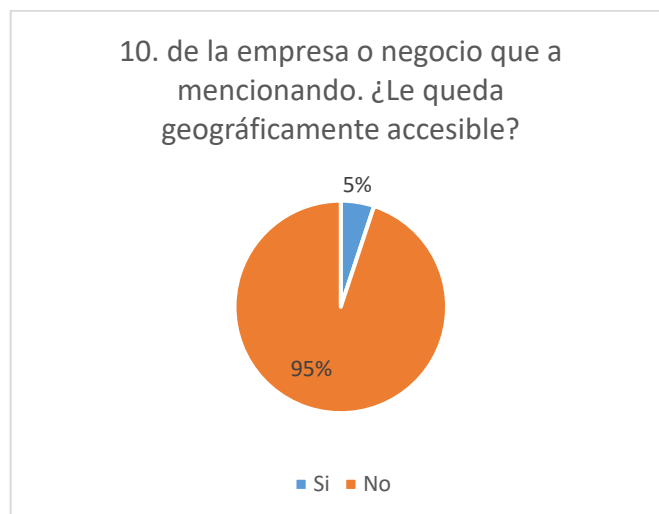
10. De la empresa o negocio que a mencionando. ¿Le queda geográficamente accesible?

**Objetivo:** verificar si las empresas que se dedican a la venta de artículos para fiesta quedan accesibles a los consumidores de Soyapango.

Cuadro N°10

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	6	5%
No	112	95%
TOTAL	118	100%

Graficas N°10



**Interpretación de datos:** con esta pregunta se obtuvo la confirmación de que los clientes no conocen de negocios que estén dentro de su área ya que como se obtuvo de la pregunta anterior (N°9) estas están fuera de Soyapango, ya que el 95% de los encuestados así lo dio a conocer.

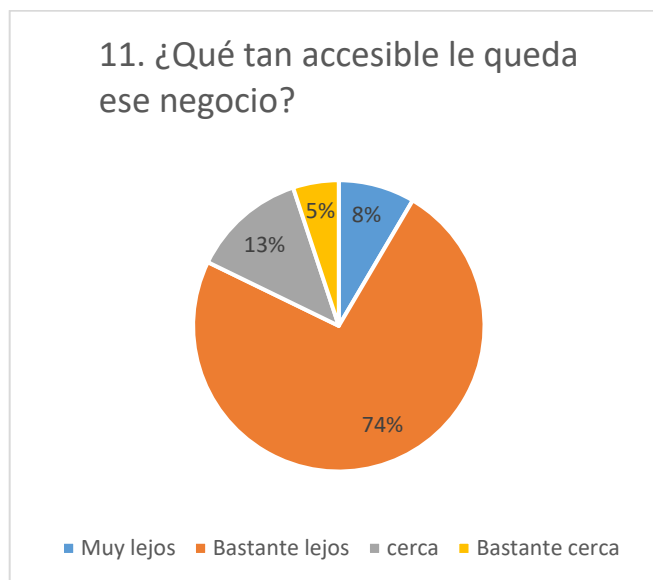
11. ¿Qué tan accesible le queda ese negocio?

**Objetivo:** Conocer la cercanía de los establecimientos donde venden artículos de fiestas.

Cuadro No 11

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Muy lejos	10	8%
Bastante lejos	87	74%
cerca	15	13%
Bastante cerca	6	5%
TOTAL	118	100%

Gráfico No 11



**Interpretación de datos:** De las personas entrevistadas el 74% comenta que el establecimiento queda bastante lejos por lo tanto los negocios conectados al rubro de las fiestas no están accesible.

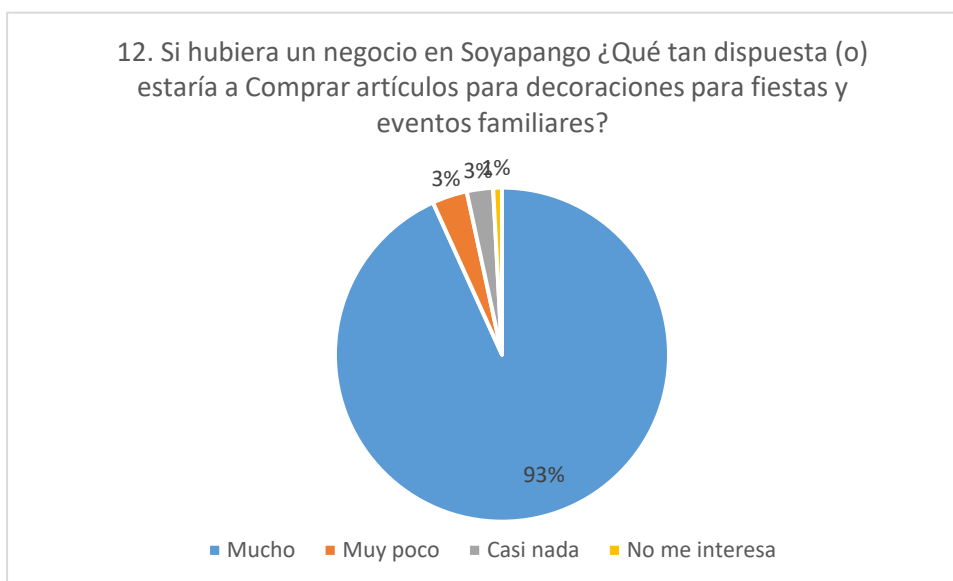
12. Si hubiera un negocio en Soyapango ¿Qué tan dispuesta (o) estaría a  
Comprar artículos para decoraciones para fiestas y eventos familiares?

**Objetivo:** Conocer la disposición de los clientes para adquirir artículos para fiestas si estos hacen una fiesta o evento social.

Cuadro N°12

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Mucho	110	93%
Muy poco	4	3%
Casi nada	3	3%
No me interesa	1	1%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°12



**Interpretación de datos:** de las personas entrevistadas el 93% comenta que están dispuestas a comprar artículos para fiestas y eventos sociales y más si este lo encuentran dentro de su área de Soyapango, mejorando de esta forma el evitar la movilización a distancias más largas para conseguir los artículos que necesitan

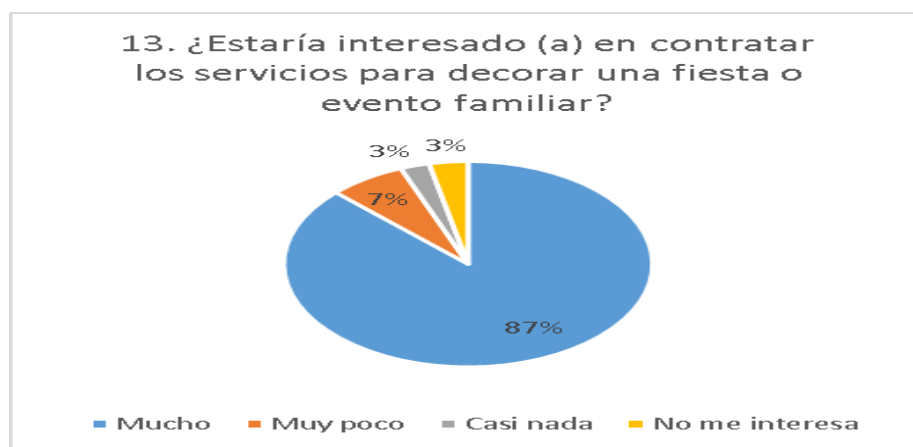
13. ¿Estaría interesado (a) en contratar los servicios para decorar una fiesta o evento familiar?

**Objetivo.** Conocer el interés de los usuarios para adquirir el servicio de decoración para sus eventos o fiestas.

Cuadro N°13

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Mucho	103	87%
Muy poco	8	7%
Casi nada	3	3%
No me interesa	4	3%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°13



**Interpretación de datos:** Con la encuesta se demostró que un 93% está dispuesto para adquirir el servicio de decoración para sus eventos o fiestas. Por lo que se le dará realce al servicio al negocio.

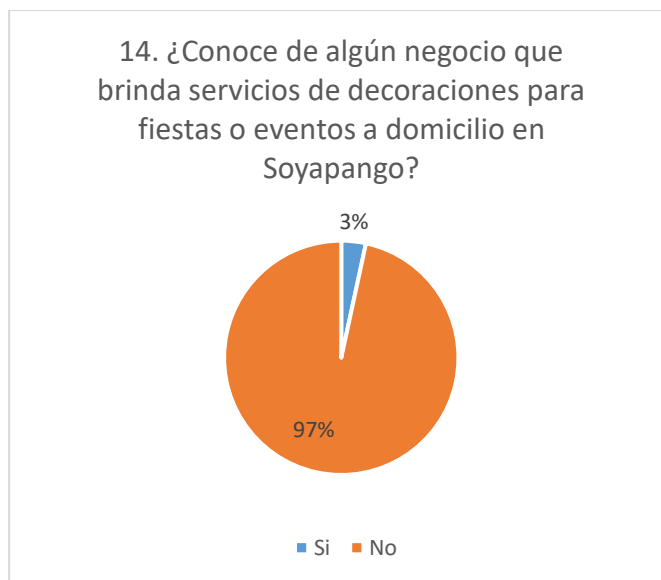
14. ¿Conoce de algún negocio que brinda servicios de decoraciones para fiestas o eventos a domicilio en Soyapango?

**Objetivo:** Conocer si los habitantes de Soyapango tienen en conocimiento de empresas o negocios que ofrezca los servicios de decoraciones para fiestas o eventos, pero en la modalidad de domicilio.

Cuadro N°14

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	4	3%
No	114	97%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°14



**Interpretación de datos:** con la encuesta se descubrió que muy pocas personas conocen de negocio o empresas que ofrezcan los servicios (3%)

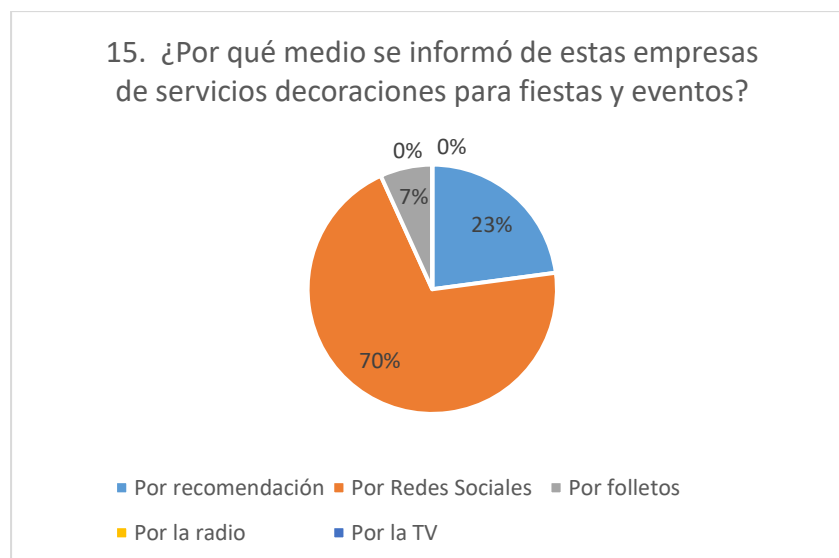
15. ¿Por qué medio se informó de estas empresas de servicios decoraciones para fiestas y eventos?

**Objetivo:** Conocer por medio de la encuesta cual es el medio por lo que conocen de empresa o negocio que se dedique al rubro de ventas de productos o servicios de decoración para fiestas y eventos.

Cuadro N°15

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Por recomendación	27	23%
Por Redes Sociales	83	70%
Por folletos	8	7%
Por la radio	0	0%
Por la TV	0	0%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°15



**Interpretación de datos:** hay que destacar que los medios son de mucha importancia para hacer publicidad, de los datos obtenidos el 70% de los encuestados conoce de los negocios que ofrecen artículos de fiestas por medio de las redes sociales, el 23% menciona que fue por medio de recomendación de un familiar o de un conocido.



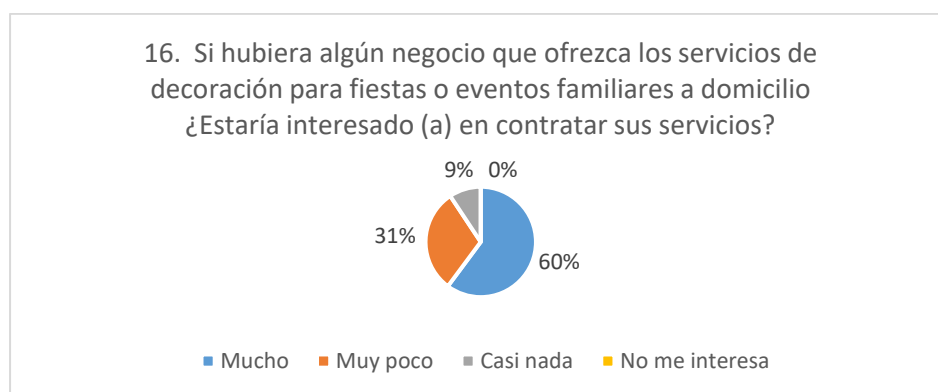
16. Si hubiera algún negocio que ofrezca los servicios de decoración para fiestas o eventos familiares a domicilio ¿Estaría interesado (a) en contratar sus servicios?

**Objetivo:** Conocer por medio de la encuesta si los habitantes de Soyapango estarían interesados en contratar por medio de negocios que ofrezcan servicios a domicilio de suministros para fiestas y servicios de decoración.

Cuadro N°16

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Mucho	71	60%
Muy poco	36	31%
Casi nada	11	9%
No me interesa	0	0%
TOTAL	118	100%

Gráfico N°16



**Interpretación de datos:** Con la encuesta se descubre que el 60% de los encuestados estaría dispuestos a adquirir el servicio de decorado, ya que también esto les ahorraría el estar ellos haciéndolo cuando tengan sus eventos. Y del 31% menciono que sería muy poco ya que no les gustaría pagar por hacerlo.

### 2.9.3. Entrevista a emprendedora de D´corarte

ENTREVISTADO	Claudia Zuniga
Cargo	Fundadora
1. ¿Cuándo nace D´corarte?	Nace el día 16 de marzo del año 2015
2. ¿Cómo surgió la idea de iniciar el emprendimiento?	La idea surge por la necesidad de querer proporcionar piezas originales que hagan las fiestas más divertidas. Y además de tener una fuente de ingresos para mi sustento y el de mi familia.
3. ¿Quiénes adquieren principalmente de los servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos sociales?	Mis principales clientes en estos días son familiares cercanos, vecinos y conocidos, los cuales buscan nuestros productos por recomendación que dan nuestros clientes.
4. ¿Cuántas personas trabajan con usted en el negocio?	Cuento con tres personas, las cuales me ayudan en la elaboración de los pedidos; y mi persona que es la encargada de recibir los pedidos, posterior estamos en la búsqueda de una persona que realice los domicilios
5. ¿Está activa en las redes sociales para dar a conocerse dentro de los de la comunidad de Soyapango y que sepan de su negocio?	La verdad que no mucho, ya que por cuestiones de tiempo no puedo realizar publicaciones y no cuento como tal con una página del negocio, ya que las publicaciones las realizo directamente de mi perfil personal en la cual pongo parte del trabajo que se iba realizando
6. ¿Cómo hace para dar a conocer su trabajo si no cuenta con redes sociales del negocio?	Como le dije, me doy a conocer dentro de mi círculo social, el cual gracias a Dios nos recomiendan a sus allegados cuando estos tienen algún evento social
7. ¿Actualmente cuentan con servicios de domicilio?	En la actualidad es un servicio del cual nos gustaría ya contar ya que muchas de las personas que nos buscan preguntan al respecto
8. ¿Está informada de las capacitaciones o cursos las cuales realiza la CONAMYPE?	La verdad he escuchado al respecto, pero no he realizado ninguna.
9. ¿Afecto la pandemia el crecimiento del emprendimiento?	Muchísimo, ya que antes de pandemia ya teníamos un numero considerables de clientes, no éramos tan reconocidos como otros grandes en el rubro, pero el cierre de todas las actividades hizo que nuestros servicios y productos se estancara, por lo que esperamos en Dios ahora que se levante y que las actividades y reuniones se puedan retomar y por lo tanto podamos seguir

	activos.
10. ¿Estaría dispuesta a considerar poner en marcha el modelo de emprendimiento que como estudiantes de Administración de Empresa se realizara como trabajo de graduación?	Si, ya que las ideas o propuestas que hagan serán bienvenidas, ya que se está buscando que mi emprendimiento de D'corarte surja y pueda con ello darme a conocer a más personas de alrededor de Soyapango.

#### 2.9.4. Análisis de la situación actual del emprendimiento D'corarte

Dado que el inicio de D'corarte no cuenta con un modelo de emprendimiento que facilite la creación de una pequeña empresa que ofrezca servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos, a partir de la información recolectada, se puede afirmar con seguridad que la situación actual del emprendimiento en cuanto al esquema de iniciativa es de llevarlo a cabo de forma inmediata, ya que se percibe un gran interés por parte de la propietaria y promotora para ponerlo en marcha, con el propósito de mejorar la situación de su negocio.

Para la elaboración del diagnóstico de la situación actual del emprendimiento D'corarte, se analizó la información obtenida a través de los métodos y técnicas de recopilación utilizada, se identificaron puntos fuertes y débiles, así como también oportunidades y amenazas que afectan y benefician al negocio.

##### 2.9.4.1. Análisis Externo

###### 2.9.4.1.1. Macro ambiente

Al analizar el macro entorno del negocio, es importante identificar los factores que podrían afectar a un número de variables vitales que pueden influir en los niveles de oferta y demanda.

En este sentido, el análisis PEST es una herramienta que ayuda a identificar esos factores como: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legal.

### **Factor político**

Los factores políticos permiten determinar y evaluar cómo la intervención del gobierno puede afectar las operaciones y el desempeño de un emprendimiento. En El Salvador existe una economía de libre mercado y competencia, en este sentido cualquier persona natural o sociedad, puede conformar una empresa o negocio, con apoyo del CONAMYPE.

### **Factor económico**

Las condiciones económicas son fundamental para el planeamiento estratégico, es esencial que se observe el ambiente económico, y se trate de identificar las probables direcciones de la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de las materias primas, los patrones cambiantes en la forma de gastar del consumidor y sus patrones de gustos, debido a que los consumidores pueden tener preferencias a la hora de realizar una fiesta o evento.

A partir del año dos mil veinte las situaciones económicas de muchas empresas se han visto afectadas por los efectos de la pandemia por el Covid-19, debido al poco poder adquisitivo de los consumidores, ya que muchos han perdido sus empleos, para frenar estos efectos económicos el Gobierno anunció subsidios y préstamos para la micro y pequeñas empresas, con tasas de interés preferenciales. Según detalló el presidente Nayib Bukele, el programa se canaliza a través del Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL).

Las condiciones generales para los créditos es que la tasa de interés será fija y habrá un período de gracia de un año de gracia plena, sin intereses, sin cuotas, y un 3 % anual de interés, el plazo de pago será de cinco a siete años. Los fondos pueden

utilizarse para pagar obligaciones con proveedores y el personal, cargas sociales, arrendamientos, descuento de facturas, entre otras necesidades.

Para las empresas y emprendimientos es una oportunidad el acceso a estas condiciones, debido a que el financiamiento es uno de los factores claves para no detener el desarrollo de las actividades de producción principalmente en esta contingencia de salud a causa del Covid-19.

### **Factor socio-cultural**

En el factor social, un tema muy importante es la seguridad ciudadana, que es agenda del actual Gobierno; sin embargo, existen a la fecha índices de delincuencia, esto se vuelve una amenaza porque podría afectar tanto al personal del emprendiendo como a sus proveedores, retrasando entregas o poniendo en riesgo la continuidad del negocio. Ya que este factor hace cerrar muchos de los negocios en el país.

Al analizar las tendencias socio-culturales se identifican variaciones que determinan en la mayoría de los casos los gustos y preferencias de los consumidores, es importante mencionar que estos cambios son los más difíciles de predecir. Ya que los gustos y necesidades a la hora de realizar una fiesta o evento va variando en la persona y dependiendo lo que está de moda.

### **Factor tecnológico**

Los emprendimientos se vuelven más competitivos en la medida que puedan mejorar cada vez más la tecnología que utilizan para la producción, en los nuevos negocios el factor tecnológico es bajo. Cuanto más tecnificados sean los procesos, más oportunidades tendrán de diferenciarse.

Con la cobertura que tiene el uso de internet y la tecnología, las personas tienen acceso a una gran cantidad de información que les permite conocer los artículos que están en tendencia y encuentran casi cualquier mercancía que deseen. Actualmente, las personas están enfocadas en los artículos para fiestas o eventos que llamen la atención a sus invitados, esto sería una oportunidad para D'corarte, de promover sus artículos mediante las Tecnologías de la Información y comunicación (TIC), y dar a conocer los beneficios que poseen sus productos y principalmente la calidad.

### **Factor ecológico**

El Salvador mantiene una constante dinámica de Campañas en pro del medio ambiente y del planeta.

D'corarte, actualmente cuenta con buenas prácticas ambientales, esto se vuelve una oportunidad para ser reconocida como negocio amigable con los recursos ecológicos, debido a que trata de minimizar los impactos que lo perjudican, reciclando los materiales como papel periódico o cartón, ya que estos son utilizados como materia prima a la hora de realizar los artículos como centros de mesas.

### **Factor legal**

Las regulaciones legales pueden obstaculizar o beneficiar el desempeño del emprendimiento. Las leyes seguridad social, salario mínimo y permisos pueden incluirse entre algunas de las más importantes.

En El Salvador el presidente Nayib Bukele, propuso aumento del 20% al salario mínimo, el cual fue aprobado por el Consejo del Salario Mínimo, este incremento deberá ser efectivo a partir de primero de agosto de dos mil veintiuno, y para no afectar a la micro, pequeña y mediana empresa, el Gobierno financiará durante un año este aumento,

con fondos del Fideicomiso para la Recuperación Económica de las Empresas Salvadoreñas (Firempresa) que maneja el Banco de Desarrollo de El Salvador.

En cuanto al aumento del salario mínimo podría convertirse en una amenaza para las micro, pequeña y mediana empresa, debido a que después de transcurrido el año, este aumento se incorporará a la carga presupuestaria de cada entidad, por lo que la empresa debe examinar sus finanzas e implementar estrategias que ayuden en el aumento de recursos financieros.

#### **2.9.4.1.2. *Microambiente***

##### **Situación de la demanda**

Para conocer la demanda potencial de servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos sociales se toma a partir de la información obtenida por medio de la encuesta, se obtuvieron datos demográficos en cuanto al sexo, edad, lugar de residencia, aspectos de mucha relevancia que ayudarán al emprendimiento a desarrollar su presencia en el mercado objetivo, con estas preguntas se logró identificar que el 54% de los encuestados fueron hombres y el 46% mujeres, observando que ambos consumen servicios de decoraciones e insumos para fiestas o eventos sociales. Con respecto a la variable edad 56% de la población encuestada está en el rango de edad de los 18 años a 25 años de edad, lo que quiere decir que se encuentran ubicadas en la población económicamente activa con poder adquisitivo y en cuanto al lugar de residencia el 90% reside en el municipio de Soyapango (preguntas 1, 2 y 5)

Con el fin de identificar un mercado potencial se indagó si las personas encuestadas compran productos para fiestas, del 100% de los encuestados el 99% compra productos para fiestas; se consideró que la razón de esta preferencia es porque este producto se ha convertido como un elemento indispensable para realizar una fiesta o

eventos y ser más atractivo para los invitados, con mercado muy amplio de consumidores, con esta información el negocio, tiene la oportunidad de llegar a más clientes potenciales, con la aplicación de estrategias adecuadas podrá identificar los lugares de venta y la forma de distribución más conveniente, (pregunta N°6).

Respecto a las ocasiones en la que compra artículos para fiestas sociales o familiares del 100% de los encuestados el 64% menciona que para fiestas infantiles, seguido del 17% que para reuniones sociales (pregunta N°7). Con esta información la empresa tiene la oportunidad de promover más los artículos para estas ocasiones.

### **Situación de la oferta**

D'corarte., vende sus productos para decoración de fiestas sociales y otro eventos, pero también cuenta con el servicio de decoración de estos.

En la investigación realizada, el 87% de las personas encuestadas coinciden que estaría muy interesados en contratar los servicios para decorar una fiesta o evento familiar, (pregunta N°13). Con el resultado obtenido el negocio debe continuar ofreciendo los servicios de decoraciones a los usuarios y potenciales consumidores, ya que es uno de los criterios principales para satisfacer los gustos y preferencias de la clientela.

### **Competencia**

Con la información recolectada en la encuesta dirigida a potenciales clientes se identificó que el 95% de las personas conocen alguna empresa o negocio que se dedique a decoraciones y venta de artículos para fiestas y eventos sociales, (pregunta N°8)

Cuando se consulta sobre empresa o negocio en Soyapango conoce los encuestados con un 74% dice adquirir sus productos en supermercados seguido del 13% que menciona que el librerías, por lo que cabe destacar que los negocios que menciona



son los más cercanos que tienen dentro del área de Soyapango y de manera mas rápida para adquirir los productos que necesitan.

### **Proveedores**

Los proveedores constituyen principalmente un factor dentro de la cadena de suministros, contribuyendo a que los procesos claves de la empresa relacionados con costos, disponibilidad y calidad logren satisfacer la demanda para ofrecer un producto de calidad al consumidor, Los proveedores del negocio son nacionales, en cuanto a la materia prima los cuales adquiere en los Mercados San Miguelito y Central de San Salvador, debido a que todo el producto que encuentra son con precios accesibles y al mayoreo.

Respecto a proveedores de insumos, están:

- Servicio de energía eléctrica por Compañía de Alumbrado Eléctrico de San Salvador, S.A. DE C.V.,
- Surtidores de globos tradicionales y temáticos
- Abastecedor de productos para fiestas,
- Proveedor de tarjetas, etc...

Por ser un mercado amplio de proveedores en el país no se consideran que afecten a la producción, sin embargo, las compras efectuadas a éstos constituyen el costo directo del producto.

### **Mezcla de mercadeo.**

Se presenta a continuación el análisis de las cuatro “p” de la mezcla de mercadotecnia del emprendimiento D´corarte, en las cuales se manifiesta la situación actual: 1. Producto, 2. Precio, 3. Plaza y 4. Promoción.

- Producto

Los productos que comercializa D´corarte, son muy variados por mencionar algunos, como son flores de papel bond, abanicos, recuerdos, centro de mesa, flores de Cartulina, entre otros, vendidos a empresas personas naturales y empresas para la realización de sus fiestas o eventos sociales.

De la información recolectada a través de la encuesta a los posibles clientes, se conoció que el negocio o empresa que se encuentre muy cerca del área geográfica de Soyapango es la forma subjetiva que les permitirá buscar el emprendimiento (pregunta N°12).

- Precio

El precio es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio.

En el negocio D´corarte, los precios son establecidos dependiendo de los combos o las necesidades que el cliente tenga al momento de generar una idea de decoración, ya que es de realizar primeramente un presupuesto con todo lo que necesitaría cada idea para ponerla en marcha y satisfacer lo que el cliente pide.

- Plaza

Esta variable es muy importante ya que incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta.

La distribución y comercialización de D´corarte, es a través del canal directo, es decir, el negocio vende sus productos directamente al consumidor final, en el local.

Emprendedora Claudia Zuniga manifestó que busca un canal de distribución donde se puedan visualizar los productos de la empresa, por lo que actualmente está

buscando utilizar las páginas webs y redes sociales: Facebook e Instagram de la empresa (preguntas N°5 N°6 realizadas en la entrevista).

Actualmente la los clientes no poseen un canal de ventas efectivo, es necesario aplicar estrategias de publicidad y ventas, debido a que se conoce poco del emprendimiento D´corarte y de los productos o servicios que ofrece, esto se evidencia en la encuesta realizada a los potenciales clientes, del 100% de encuestados el 70% de ellos mencionan que se informan de las empresas o negocios de servicios de decoraciones para fiestas o eventos por medio de las redes sociales. (Pregunta N°15)

De lo anterior se puede destacar que es necesario y urgente que D´corarte se actualice con respecto a contar con las redes sociales que están en la actualidad ya que será una de las herramientas que ayudaran a darse a conocer y a su vez estar con más interacciones y de manera rápida con los clientes.

- Promoción

Igual que en las variables anteriores se debe tener la información clara de lo que se desea con el producto y a que consumidor se pretende llegar, ya que en la promoción se diseñan las estrategias para comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, el producto y las ofertas con las que se cuenta.

Dependiendo de la forma en que se quiera llegar a comunicar la empresa con sus clientes, en la actualidad, es posible apoyarse en distintas herramientas que facilitan la comunicación. Se puede encontrar herramientas tradicionales como la televisión, prensa, radio, promociones, descuentos, y otras más actuales como campañas por internet por medio de marketing digital.

La promoción del emprendimiento es mejorar con respecto a las ventas en línea y a domicilio ya que emprendedora menciono en la entrevista que es uno de los servicios que le gustaría implementar los domicilios. (Pregunta N°07 de la entrevista).

En la encuesta realizada el 60% menciona que estaría muy interesados en adquirir productos o contratar servicios para decoración de fiestas. (Pregunta N°16).

#### **2.9.4.2. Análisis interno**

##### **2.9.4.2.1. Análisis FODA**

El análisis FODA es una técnica utilizada para realizar evaluaciones de aspectos internos y externos. El resultado de esta evaluación nos ayudará a diseñar estrategias efectivas en el emprendimiento de un nuevo proyecto o negocio. (Manzanilla, 2022)

A continuación, se detalla un diagnóstico de la situación actual de D´corarte, el cual fue realizado por medio del Análisis FODA.

#### **Fortalezas:**

- El negocio de D´corarte no tiene en la zona competencia ya que sería de las primeras que se darían a conocer en el área. (Pregunta 9 en la que los encuestados mencionan negocios que están fuera del área, en la pregunta 10 en que se confirma que no son dentro del área de Soyapango y la pregunta 11 en la que responden que estos locales están lejos del área )
- Cuenta con el personal capacitado para ayudar con las diversas actividades y servicios que sean necesarios.
- Cuenta con los materiales de calidad.
- Las creaciones que realiza en el emprendimiento surgen de las mismas ideas de los clientes.

- Tiene contacto con buenos proveedores.
- Se acomoda al presupuesto de los clientes.

**Oportunidades:**

- Por medio de las capacitaciones que da la CONAMYPE, lograra hacer el negocio del emprendimiento más grande. (pregunta 8 realizada a emprendedora, ya que en ella se pregunta respecto a las capacitaciones de CONAMYPE y responde que solo lo ha escuchado pero que no ha tomado ninguno)
- Ser de los primeros emprendimientos con el rubro de servicios de decoración de fiestas en el área de Soyapango ( pregunta 12 en la cual los encuestados mencionan estar comprar dentro del área de Soyapango y en la pregunta 13 en la que estarían dispuestos a adquirir los servicios)
- El formar alianzas estratégicas con otras empresas o emprendimientos afines al giro para complementar un mejor servicio.
- Se tiene una buena segmentación en el mercado
- Se tiene grandes oportunidades de crecimiento debido a la demanda.

**Debilidades:**

- No contar con las redes sociales, para dar a conocer el emprendimiento a más personas. (preguntas 5 realizada a emprendedora en la cual menciona que no está muy activa en redes sociales, y por la pregunta 15 en la cual los encuestados mencionan que se informan por medio de las redes sociales de un negocio o emprendimiento y de lo que ellos ofrecen)

- No se tiene la experiencia de otras empresas o emprendimientos con más tiempo en el mercado.
- Se observa que hay varios emprendimientos que comparten el mismo giro y ofrecen servicios similares al de la empresa..
- Las personas buscan emprendimientos que sean más notorios o con más experiencia.

**Amenazas:**

- El incumplimiento de proveedores.
- La competencia.
- La suspensión de los eventos programados.
- La pandemia (covid 19)
- Los cambios de última hora de algún cliente con respecto a la idea de una decoración.
- El cambio de lugar donde se realizará el evento
- El aumento de precios de nuestros proveedores
- El clima

**2.9.5. Alcances y limitaciones****Alcances:**

- El apoyo de emprendedora y propietaria de D´corarte señora Claudia Zuniga, la cual fue de suma importancia para el desarrollo de la investigación.
- La investigación permitió conocer las condiciones actuales del emprendimiento D´corarte, con base a esta información se elaborará el

modelo de emprendimiento que contribuya al buen funcionamiento y el desarrollo de la misma.

### **Limitaciones**

- Al llevar a cabo la investigación, muchos de los encuestados no colaboraron en el momento de completar el cuestionario, debido a la situación en la que se encontraban (pandemia). La encuesta se realizó en línea, lo que resultó en una recolección de información más prolongada de lo esperado.
- En la investigación bibliográfica, relacionada con estudios previos el equipo de investigación tuvo poca referencia.
- La disposición de los mismos encuestados ya que por cuestión tiempo y por la forma virtual en que se fue realizada la encuesta, muchos de ellos nos dejaron ignorados y no respondían a nuestra encuesta.
- La situación de pandemia no se pudo realizar visitas más frecuentes y que estas fueron pocas, la encuesta o entrevistas se dieron de manera electrónica y en línea, para obtener la información.

### **2.9.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones:**

- a) Se concluye que D´corarte necesita contar como toda emprendimiento con una misión, visión y objetivos los cuales son elementales para toda organización y no solo para empresas. Y las cuales tiene que conocer tanto sus empleados como también sus clientes.

- b) Se observó que el emprendiendo no cuenta con las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras, para darse a conocer y dar a conocer en trabajo que realizan de los eventos sociales a los cuales son contratados.
- c) Se observó también que el emprendimiento solo recibe sus pagos en efectivo y que no cuenta con cobros electrónico para tener así una mayor demanda ya que no todos andan efectivos, ya que muchos hacen transacciones electrónicas para evitarlo.
- d) Se logró observar que el emprendimiento no se cuenta con asociaciones o alianzas con otros emprendimientos afines al giro de las fiestas para ayudar y apoyarse de manera mutua con el fin de que las partes involucradas tengan un beneficio.
- e) D'corarte no cuenta con un local el cual tenga el espacio suficiente para mostrar a sus clientes sus insumos para fiestas y de los servicios de decoración que realizan.

### **Recomendaciones:**

Basándose en la investigación realizada, se proponen varias medidas con el propósito de mejorar la situación actual de D'corarte:

- a) Se propone establecer un modelo de emprendimiento para iniciar una pequeña empresa que ofrezca servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos, con el objetivo de impulsar el crecimiento del negocio.



b) Se sugiere la creación del perfil de D'corarte en diversas Redes Sociales para dar a conocer el emprendimiento de forma más económica en comparación con otros medios de comunicación.

c) Se plantea que D'corarte implemente opciones de cobro para sus clientes, incluyendo pagos electrónicos asociados a cuentas bancarias, para agilizar las transacciones financieras.

d) Se recomienda al emprendimiento D'corarte buscar alianzas con otros negocios que ofrezcan productos o servicios complementarios, como proveedores de entretenimiento, pasteles personalizados, arreglos florales, etc., para mejorar la oferta y brindar paquetes más completos a los clientes.

e) Se sugiere considerar la ampliación del espacio actual y, a futuro, buscar un local céntrico que facilite el acceso de los clientes a los productos y servicios para eventos y fiestas que ofrece D'corarte.

**CAPITULO III “PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA INICIAR UNA PEQUEÑA EMPRESA QUE OFREZCA LOS SERVICIOS DE DECORACIÓN E INSUMOS PARA FIESTAS INFANTILES Y OTROS EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.”**

**3.1. IMPORTANCIA**

El presente plan ha sido diseñado con el propósito de incrementar las ventas y lograr un posicionamiento comercial para el negocio D'corarte, el cual, debido a la pandemia, tuvo que suspender operaciones temporalmente. Con este plan, se busca dar continuidad al negocio que ya estaba en marcha y está ubicado en el municipio de Soyapango, departamento de San Salvador. D'corarte se dedica a la elaboración de decoraciones para fiestas infantiles, bodas, graduaciones, entre otros eventos.

Para la elaboración de este plan, se utilizó información recolectada mediante diversas técnicas de investigación, como encuesta y entrevista. Estos métodos permitieron dirigirse tanto a los clientes como a los empleados y al representante del emprendimiento. Se ha implementado un modelo de emprendimiento para mejorar el desarrollo de las actividades y alcanzar los objetivos propuestos.

**3.2. OBJETIVOS**

**3.2.1. General**

Proponer un modelo de emprendimiento que ayude a iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoración e insumos para fiestas infantiles y otros eventos en el municipio de Soyapango, departamento de San Salvador.

### 3.2.2. ESPECÍFICOS

- Presentar un plan a D'corarte. con una filosofía estratégica, estructura organizacional y políticas que la identifiquen como una empresa competitiva y con visión en su entorno.
- Diseñar una estrategia que mejore los procesos operativos en D'corarte.
- Brindar un plan de acción que permita al emprendiendo D'corarte desarrollar cada una de las estrategias propuestas.

### 3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación, se desarrolla paso a paso la propuesta del plan para iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoración e insumos para fiestas infantiles y otros eventos, ubicada en el municipio de Soyapango. Activar nuevamente la empresa de D'corarte de manera más estratégica y profesional, la cual por motivos de pandemia detuvo operaciones.

### 3.4. PRESENTACIÓN

El presente modelo está conformado por la filosofía organizacional, análisis FODA y filosofía del negocio, proporcionando los insumos necesarios para la identificación de las estrategias, finalizando con la determinación de recursos que permitirán su implementación.

### 3.5. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL PROPUESTA

#### 3.5.1. Misión

Buscar ser una empresa líder para soluciones de decoraciones, para eventos y respetando la necesidad de nuestros clientes, aportando así el máximo valor añadido, brindándoles confianza y seguridad.

### 3.5.2. Visión

Ofrecer las mejores soluciones de diseño y decoración para eventos y manteniendo los más altos estándares de calidad, respetando el medio ambiente y en permanente búsqueda de procesos que nos permite ser más productivos y competitivos en el mercado, obteniendo mayores beneficios para nuestros clientes, colaboradores y nuestra propia razón de ser.

### 3.5.3. Valores

Tabla N°3

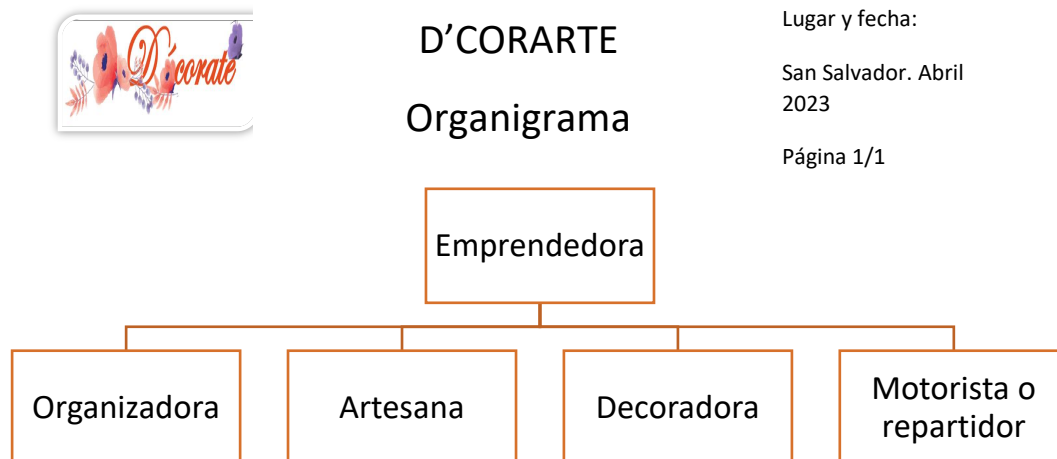
Orientación hacia el cliente	Poner al cliente y su experiencia en el centro de nuestra estrategia.
Conducta ética	La obligación de la empresa de ejecutar acciones que sirvan tanto a sus intereses como a la sociedad afectada por sus actividades.
Respeto mutuo	Comprender y valorar al otro, su forma de ver y vivir la vida, su actitud ante las cosas, sus intereses, sus necesidades y sus inquietudes, y solo es posible si el otro es capaz de comprenderte y valorarte de la misma forma.
Delegación de responsabilidades	Delegar suficiente autoridad a su subordinado para que pueda hacer el trabajo.
Trabajo en equipo	O también llamado trabajo cooperativo incluye aquellas labores que se realizan de manera compartida y organizada, en las que cada quien asume una parte y todos tienen el mismo objetivo en común.
Honestidad	La práctica estricta de los valores y principios cooperativos.

Compromiso	Demostrar un compromiso sólido con la calidad y el cumplimiento de los objetivos del emprendimiento.
------------	--

### 3.6. PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Para contribuir al orden y la realización del plan de comercialización se propone la siguiente estructura organizacional para Decórate dado que no cuentan con una.

Imagen N°3



Elaboración propia de los integrantes del grupo

#### 3.6.1. Propuesta de actividades a desarrollar.

Con la estructura organizacional propuesta, se presenta una breve descripción detallando las actividades a desarrollar por algunas de las áreas del emprendimiento son:

#### Emprendedora:

- Analizar la situación, conocer los hechos dentro y fuera del emprendimiento, y evaluar los cambios futuros que puedan afectar a la actividad.
- Planificar y concretar las metas y objetivos perseguidos por el emprendedor o el equipo y, a partir de éstos, asignar las tareas a realizar para conseguirlos.
- Organizar y coordinar el equipo humano y los medios.
- Poner en práctica los planes y conseguir resultados de acuerdo con los objetivos establecidos.
- Realizar el seguimiento, controlando que los planes y procedimientos se aplican conforme a lo previsto y que se alcanzan los objetivos.
- Análisis del entorno económico general y en particular del sector, para conseguir una ventaja diferencial competitiva.
- Analizar las propias capacidades en relación con la oportunidad del mercado.
- Aplicar de forma diligente y eficiente la materia prima.
- Adaptación a los cambios futuros del Mercado.
- Ser el motor del Proyecto – Liderarlo.

#### Artesana

- Cuenta con el conocimiento del oficio en general
- Tomará talleres necesarios para estar a la vanguardia

- Conocer cuáles son las materias primas y herramientas necesarias para realizar sus actividades
- Contar con las reglas de seguridad e higiene
- Diseñar las piezas de artesanía de acuerdo a lo solicitado por el cliente
- Capacidad de comunicación con el cliente
- Interpretación de encargos
- Capacidad de innovación, invención y creatividad
- Aptitudes visuales, estéticas y manuales
- Habilidad de dibujo

#### Decoradora

- Es el responsable de diseñar en base a las ideas del cliente, la ambientación espacial del evento en cuestión, recreando y embelleciendo el espacio.
- Es el encargado de explicar de manera gráfica el diseño previo al evento, de modo que el cliente entienda y apruebe lo que se le está diseñando y así mismo ofrecerle una prueba de los detalles del mismo.
- Es quien se ocupa de seleccionar las piezas y alquileres, así como las estructuras, iluminación para ambientar y flores que se utilizaran.
- Es el responsable de la recepción de alquileres, y demás utilería, así como supervisar la recogida de los mismos.

#### Motorista o repartidor

- Planificar el horario y la ruta de reparto.
- Ordenar la mercancía en función de la planificación que de la decoradora.

- Conducir el vehículo de reparto hasta los diferentes destinos incluidos en la ruta.
- Descargar los productos y llevarlos hasta el domicilio o negocio del cliente.
- Comprobar la identidad de la persona que recibe la mercancía.
- En algunos casos, recibir el pago por la mercancía.
- Apoyar a decoradora a la hora de cargar y descargar los artículos que sean necesarios a la hora de la decoración

### **3.7. FILOSOFÍA DEL NEGOCIO**

#### **3.7.1. Objetivos:**

El objetivo del emprendimiento:

- Ofrecer productos y servicios de la mejor calidad, tanto en el contenido como en la presentación, que logren así la satisfacción de nuestro cliente.
- Satisfacer las demandas existentes y las futuras.
- Motivar a nuestros empleados hacia la calidad y poner a disposición los recursos necesarios para que esto se lleve a cabo, permitiendo así la mejora continua de la calidad en los procedimientos del emprendimiento.
- Hacer frente a problemas internos que amenacen con la calidad que ofrecemos, adoptando soluciones inmediatas para eliminar cualquier tipo de inconveniente.



- Mantener los equipos de la organización en buen estado de manera tal, que no exista inconvenientes ni accidentes al realizar las actividades, desarrollando un ambiente armonioso y agradable

### 3.8. ESTRATEGIAS

#### 3.8.1. Estrategias del mercado

A continuación, se detalla las estrategias formuladas

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROCESO</b>	<b>DETALLE</b>
PÁGINA WEB PROFESIONAL	Crear, revisar y actualizar.	Crear la página web de D´corarte El Salvador
MARCA	diseñar la identidad	Se realizará la creación de la marca.
MARKETING EN REDES SOCIALES	Información en las diferentes plataformas de redes sociales	Crear el perfil de D´corarte en las diferentes plataformas sociales para que sean usados como plataformas informativas y de divulgación.
ENGAGEMENT DEL USUARIO	Aprovechar la interacción de las redes sociales	poder dar de manera semestral incentivos a los clientes como los llamados giveaway en la que se premiara con algún servicio o productos para los eventos que el ganador necesite
STORYTELLING	Testimonios de clientes	a través de pequeñas imágenes o videos de los clientes compartan de nuestros productos o servicios en sus eventos o fiestas y compartirlas en las redes sociales
COBROS A CLIENTES	Las opciones de cobro a los clientes	crear opciones de pagos a los clientes para mejorar la facilidad de la misma
DISTRIBUCIÓN	Determinar la forma de venta	determinar si las ventas se harán solo en tienda física o si de lo contrario se combinará con la tienda física y las ventas

		en línea
DISTRIBUCIÓN	Determinar la forma de venta	determinar si las ventas se harán solo en tienda física o si de lo contrario se combinará con la tienda física y las ventas en línea
DOMICILIOS	Determinar la entrega de productos o servicios con domicilio	Los domicilios serán entregados y las tarifas de los mismos dependerán de la zona de donde se encontrará el cliente, ya que se gestionará si se contrata a un encargado de este exclusivo a D´corarte o se subcontratará a encomienditas.
CO-MARKETING	Crear relación y colaboración con colegas	Buscar empresas o emprendimientos de ámbito local que no compitan directamente con nuestro negocio y que ofrezcan a un público objetivo parecido productos similares al tuyo. Como, por ejemplo: pastelería, servicios de entretenimiento, etc., y así mismo ayude a satisfacer lo que el cliente busca en un solo lugar
VARIEDAD DE PRODUCTOS	Planificar como mantener variedad de productos	Anticipar y estar atento a las tendencias, en los meses con mayor afluencia y contar con un inventario más variado de nuestros productos y crear paquetes de productos para incentivar la compra.

Tabla No 4 Estrategias de Mercadeo / Creado por el equipo.

### 3.8.2. Estrategias de Alianzas

Se le recomienda al emprendimiento D´corarte que cuente con alianzas con otros negocios o emprendedores que estén en el área geográfica y que a la vez brinde los servicios o productos los cuales no puede cubrir D´corarte y que ayude a complementar los servicios que este brinda, estas alianzas mejoraran y podrá con esta atender de manera más eficiente las necesidades de los clientes.

Se recomienda alianzas con emprendimientos o emprendedores en áreas como:

- Servicios de banquetes
- Elaboración de pasteles
- Animaciones como discomóviles o show
- Payasos /pinta caritas
- Fotógrafos
- Edecanes
- Alquiler de locales
- Alquileres de sillas y mesas /manteles
- Etc.

Ya que esto ayudara a ampliar y cubrir las necesidades del cliente sin que este recurra a otros locales buscando estos servicios o producto y mejorar las recomendaciones de los clientes al sentir que tendrán todo lo necesario en un solo lugar.

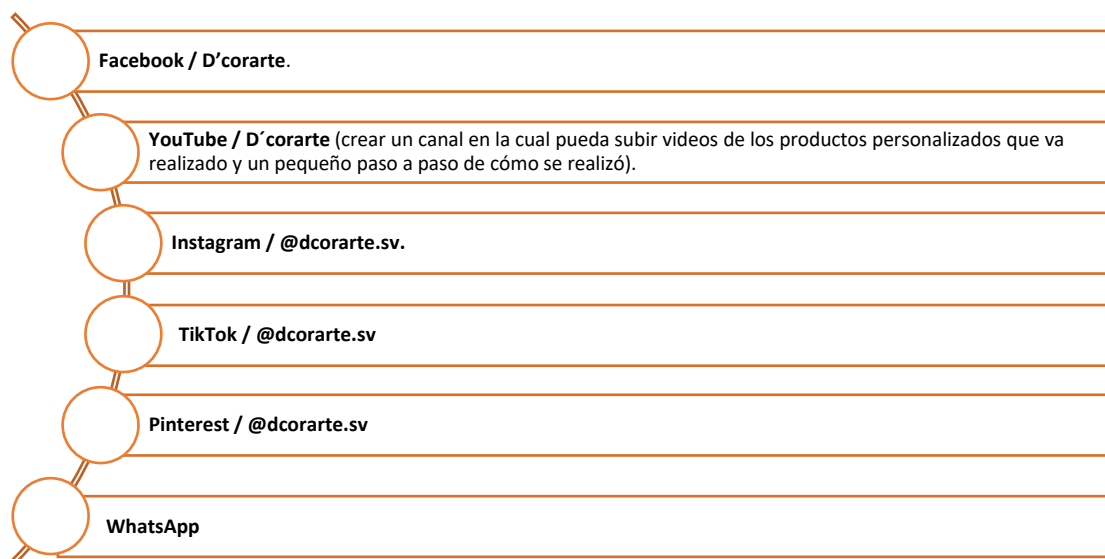
### 3.8.3. Estrategias tecnológicas

En la actualidad los negocios se encuentran digitalizados y exige que las organizaciones o negocios por muy pequeños que estos sean que se corran al ritmo de la tecnología. Ya que al no estarlo se tiene el peligro de pertenecer en el anonimato sin importar que tan buenos sean los productos o servicios que se ofrecen.

Al estar con la tecnología informática de nuestro lado se generar una mayor ventaja.

Por lo que se le recomienda al emprendimiento que se realice de forma inmediata la creación de perfil directo de D´corarte, no publicar en perfil personal del emprendedor producto del negocio; que este perfil sea propio del emprendimiento en las diferentes plataformas de redes sociales actuales tales como:

Imagen N° 5



Con ayuda de las redes sociales mejorará la comunicación con el cliente y se podrá interactuar con este de forma inmediata.

#### 3.8.4. Estrategias de capacitación

La capacitación de un emprendimiento es muy importante y este no se encuentra solo en El Salvador ya que CONAMYPE cuenta con una larga lista de servicios que ayudan al emprendimiento como “Mujer emprende” y “Mujer y negocio” los cuales ponen a disposición acompañamiento, formación, asesorías empresariales.

Estas ayudaran a potenciar de mejor manera el emprendimiento. Por lo que se recomienda a la emprendedora a realizar un Registro MYPE ya que con este obtendrá muchos beneficios y estar pendiente de la página oficial de <https://www.conamype.gob.sv/> para estar al tanto de las fechas de capacitación y de los programas a los cuales puede ser parte como emprendimiento.

### 3.8.5. Estrategias de método de pago

El emprendimiento no solo tiene que estar a la vanguardia con las redes sociales o tecnología, sino que también contar con métodos de pagos que ayuden al cliente a realizar de mejor manera la compra de sus productos sin la preocupación de si no cuenta con efectivo en el momento, ya que muchas de las personas ya no están contando con dinero en efectivo para sus compras o pagos de servicios.

Por lo que se propone que el emprendimiento D´corarte este a la vanguardia con estos métodos de pago como:

- Pagos en efectivo para las ventas en local o contra entrega cuando es delivery que es el método más usado
- Pagos por medio de tarjeta de débito / crédito en la cual pueda buscando medio como CUBO para poder realizar dicho cobro por medio de link de pago, código QR o directo en el POS.

## 3.9. DETERMINACIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO D´CORARTE

### 3.9.1. Recursos materiales

Serán todos los elementos tangibles que formarán parte del patrimonio de la empresa; se incluirán los principales recursos materiales. Todos estos recursos son los que sostendrán el proceso de ejecución. A su vez, permitirán que el emprendimiento pueda obtener márgenes de efectividad, al contar con los materiales adecuados y en buen estado para promover los productos o servicios.

### 3.9.1.1. *Mobiliario y equipo*

Al presupuesto inicial se tomará en cuenta para el primer año de labores de D'corarte en el área de oficina y después de este tiempo si es necesario el incrementar la cantidad de artículos (esto es muy aparte de las materias primas y de los artículos que ellos tienen para la venta)

#### **Presupuesto de gasto de mobiliario y equipo de oficina**

Cantidad	Articulo	Precio	Total
1	Escritorio gemelo	\$199.00	\$199.00
4	Silla para oficina	\$95.00	\$380.00
1	Computadora de escritorio (HP 21-B0002LA (CELERON,4GB,1TB))	\$529.00	\$529.00
1	impresora multifuncional	\$525.00	\$525.00
1	teléfono alámbrico de oficina	\$24.90	\$24.90
1	Archivero	\$129.00	\$129.00
2	Estante	\$113.50	\$227.00
1	Mesa para reuniones (6 personas)	\$179.95	\$179.95
6	Sillas metálicas	\$52.20	\$313.20
<b>TOTAL</b>			<b>\$2,507.05</b>

Tabla N°5 Presupuesto Gasto mobiliario y equipo de oficina /Los precios de la cotización

realizados en El Salvador: Office Depot y El Salvador Tecnología y Muebles de Oficina

#### **Depreciación Anual de Mobiliario y Equipo.**

Para calcular la depreciación del mobiliario y equipo de la oficina se utilizará mediante el método de la línea recta, el cual será la división del valor del activo entre su vida útil.

El porcentaje anual máximo permitido para realizar la depreciación es del 50% sobre el valor del activo por ser bienes muebles, según lo establecido en la Ley de Impuesto sobre La Renta en su art. 30, numeral 3.

DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO			
Periodo	Valor inicial	Depreciación (50%)	Valor Final
Año 1	\$2,507.05	\$1,253.53	\$1,253.53
Año 2	\$1,253.53	\$1,253.53	\$0.00

Tabla N°6 Depreciación de Mobiliario y equipo de oficina elaborado por el grupo de trabajo

**NOTA:** Según la Ley la vida útil del mobiliario y equipo es de dos años, pero aun transcurridos los dos años se seguirá usando ya que se estima que los bienes estarán en las condiciones aceptables para su uso, en tal sentido, por razones de control interno, se establecerá un valor en libros de \$5.00, por cada activo o bien registrado como mobiliario y equipo.

#### Presupuesto Gasto De Artículos De Oficina Y Papelería

Cantidad	Detalle	C/U.	Total
2	Resma de papel bond carta	\$6.63	\$13.26
12	Caja de bolígrafos	\$0.21	\$2.52
3	Engrapadora	\$2.70	\$8.10
2	Caja de grapas	\$8.95	\$17.90
2	Corrector tipo bolígrafo	\$0.75	\$1.50
2	Saca grapas	\$1.00	\$2.00
1	Organizador de escritorio	\$23.90	\$23.90
2	Order book	\$1.40	\$2.80
2	Tinta de impresora	\$14.50	\$29.00
2	Bote de basura	\$7.90	\$15.80

2	Agua embotellada (garrafón)	\$2.75	\$5.50
2	Extensiones	\$10.95	\$21.90
2	Notas adhesivas	\$8.40	\$16.80
2	Clips	\$0.42	\$0.84
2	Resaltadores	\$0.90	\$1.80
2	Regla	\$0.95	\$1.90
3	Cinta adhesiva	\$0.30	\$0.90
3	Tirro	\$1.67	\$5.01
2	USB (32 Gb)	\$6.20	\$12.40
1	Reloj de pared	\$9.03	\$9.03
3	Calculadora	\$5.99	\$17.97
1	Sellos	\$7.90	\$7.90
3	Ampo	\$3.25	\$9.75
2	Perforadora	\$4.25	\$8.50
2	Fastenes	\$3.45	\$6.90
<b>TOTAL</b>			<b>\$243.88</b>

Tabla N°7. Presupuesto de gasto de artículos de oficina y papelería / cotización realizada en Librería Aranda y Office Depot

### 3.9.2. **Recurso Humano**

El emprendimiento cuenta con 7 trabajadores para cubrir con los pedidos y con las ventas que se están haciendo hasta el momento.

Poseen personal a cargo de atender al cliente vía teléfono o presencial, debe contar con contador, recepcionista, organizadores, decoradores y motoristas.



Cantidad	Cargo	Sueldo	Total
1	Contador	\$500.00	\$500.00
1	Organizadora	\$500.00	\$500.00
3	Decoradoras	\$400.00	\$1095.00
2	Motoristas Delivery	\$365.00	\$1460.00
1	Recepcionista	\$365.00	\$365.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3920.00</b>

Tabla N°8 Propuesta de salario/ realizada por equipo y tomado como una media al salario mínimo en El Salvador

Pero es necesario agregar al servicio de este recurso el cual será necesario cuando se implemente las ventas en línea y será el de un delivery. Una persona o dos encargadas de realizar los domicilios con los productos que el cliente haya solicitado por medio de las redes sociales.

Se proponen dos opciones para esto:

1. Que se contrate de manera directa a la persona la cual será la encargada de realizar los domicilios así como se propone en el cuadro anterior.

El cual será incluido dentro de planilla y esta persona estará exclusivamente dentro del emprendiendo para atender a los pedidos que se vayan dando. Con la desventaja que este no este los 30 días realizando domicilios, ya que hay temporadas las altas de pedidos y las lentas. Y de incluir este nuevo salario a los costos para los precios de productos ya que al momento de enviarlo el emprendimiento cubre con este servicio de envío.

Considerar que es de contratar a una persona que cuente con su medio de transporte y que este se le tiene que evaluar un viatico o compensación por uso de medio de transporte, esto ira incluido en presupuesto según requiera cliente.

## 2. Buscar emprendimiento encargado de realizar delivery

Entre los emprendimientos de encomiendas o domicilios están:

- Encomendistas & y mas
- Delivery Ay A
- Zaz Delivery
- Entre otros que la emprendedora pueda conocer o que otros emprendedores le recomienden.

Con esta opción los pedidos tienen que ser programados con días previos a los que cliente valla a necesitar el producto ya que estos negocios hacen envíos según días o disponibilidad de trabajadores, será importante tomar eso en cuenta.

**Nota:** Ante el estudio realizado, es más conveniente que D'corarte posea deliverys propios.

### Proveedores

Proveedores	Dirección	Producto
Papelería Y Almacén La Chinita	Centro Histórico De San Salvador, Pje. Montalvo, Edificio BYSSA Local #5	Foamy, papel de china, papel crespón , moldes de papel , cartulina , etc
Bazar Sandra	(6 Calle Poniente , San Salvador 7ª Avenida Sur, Calle Gerardo Barrios )	Lana, botones
Papelería Salvadoreña	49 Avenida Sur, #2614, Colonia San Mateo, San Salvador	Tijeras, lápices, engrapadoras, pegamento

La Costura	Pº Gral. Escalón , Paseo General Escalón , San Salvador	Pliegos de Foamy
Librería Aranda	1 Cl. Ote, Entre Av. Monseñor Romero, Av. España 127, San Salvador	Pliegos de papel bond, cartulina, etc.

Tabla N°9

### Alianzas

Alianzas	Producto
Alekery	Pasteles, cupcakes, galletas
Bless piñatas	Piñatas
Renta de sillas y mesas doña Reyna	Sillas y mesas
Meraky	Impresiones

Tabla N°10

**Nota:** con las siguientes alianzas se trata de beneficiar a emprendimientos al igual que D´corarte, salvadoreños que están realizando sus sueños, con lo siguiente hacerlos más conocidos y solicitados.

### 3.9.3. Recursos Financieros

#### 3.9.3.1. Gastos Operativos

Serán todos los gastos en los que el emprendimiento D´corarte incurrirá como parte de las actividades regulares y son destinados al funcionamiento de las actividades se realizará una estimación de los gastos de administración fijos, variables y los gastos de venta.

## Calculo de Costos Estimados

Cuadro #17

<b>Gastos De Ventas</b>		
Renta Del Almacén	\$0.00	
Trasporte	\$1,460.00	
Salarios	\$3,920.00	
Pago De Servicios Básicos	<u>\$600.00</u>	
		\$5,980.00
<b>Gastos De Administración</b>		
Renta De Oficinas	\$0.00	
Sueldos Del Personal De Oficina	\$2,460.00	
Papelería Y Útiles De Oficina	\$300.00	
Pago De Electricidad Del Almacén	<u>\$600.00</u>	
		\$3,360.00
<b>Gastos Financieros</b>		
Interés Pagados	\$900.00	
Perdidas En Cambios	<u>\$300.00</u>	
		\$1,200.00
<b>Gastos De Operación</b>		<b>\$10,540.00</b>

### 3.9.3.2. *Gastos de administración fijos.*

Serán los gastos que el emprendimiento deberá cubrir y que la cantidad no varía.

En estos gastos se incluirán: pago de sueldos y salarios, telefonía, internet.

### 3.9.3.3. *Gastos de administración variable*

Serán los gastos en los que según la utilización de los servicios variaran el valor a pagar, entre los principales gastos se encuentran: energía eléctrica, insumos de limpieza, papelería y útiles de oficina

### 3.9.3.4. *Gastos de Ventas*

Estos eran aquellos gastos en los que incurra la emprendedora para mejorar su venta mediante el pago de anuncios publicitarios por medio de publicidad PPC y a

través de los diferentes medios de comunicación. Ya que las plataformas de redes sociales cuentan con un pago a realizar de forma anual o de manera mensual para hacer publicidad. Y recomendarte dentro de las búsquedas de los usuarios.

#### **3.9.3.5. Organización de la utilización de los recursos**

La utilización de los recursos se distribuirá de la siguiente manera:

- Recursos humanos: Brindar capacitaciones constantes al personal que labora y a su vez brindar incentivos, para que se puedan sentir que son un aporte valioso en la organización.
- Recursos materiales: Utilizarlos de manera correcta y adecuada, sin embargo, es importante y necesario abastecer estos recursos de manera recurrente; la razón será, para mantener la cantidad suficiente para que cada empleado pueda contar con los recursos necesarios para realizar su trabajo.
- Recursos técnicos o tecnológicos: El mundo va cambiando, por lo tanto, con el avance científico y tecnológico es necesario que constantemente se estén actualizando con la información necesaria para poder brindar la mejor atención a cada uno de los clientes, de esta manera que encuentre lo que necesitan en un solo lugar.
- Recursos financieros: La buena administración de los recursos generara una estabilidad económica, por lo que es necesario que, al realizar la inversión, se puedan comprar los mobiliarios y artículos de buena calidad y contar con la administración necesaria de ellos para que los colaboradores y los clientes se encuentren satisfechos.

### **3.10. ESTRATEGIAS PROPUESTAS, PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO.**

#### **3.10.1. Estrategias basadas en las 4p. Producto - precio – plaza – promoción**

##### ***3.10.1.1. Estrategias Propuestas.***

###### **Estrategia N° 1: “Inversión en marketing”.**

Objetivo: Dar a conocer los productos que ofrece D’corarte.

Actualmente D’corarte. No cuenta con pocas modalidades que le permita darse a conocer ante los consumidores, solo se atraen los clientes con red social Facebook, pero no cuenta con técnicas que comercialicen sus productos.

Por medio del departamento de mercadeo se diseñarán boletines que contengan los diversas promociones mensuales que posee D’corarte, estos serán distribuidos a las personas que viven en área de Soyapango, enfocándonos en los centros comerciales de dicha zona, por medio de empleados de la empresa. Además, el negocio no posee un espacio sin aprovechar donde se colocarán banners con imágenes de sus productos y promociones atractivas que logren la atención y acción de consumo de los potenciales clientes que transitan en los centros comerciales ubicados en el zona de Soyapango.

Como parte del plan también utilizarán las redes sociales y se establecerán convenios con emprendedores diversos, como lo son piñaterías, reposterías y entretenimiento, para que las personas conozcan la diversidad de productos que se elabora en D’corarte, así mismo mediante estos emprendedores posicionarnos en diferentes redes sociales, ya sea que ellos promocionen el concepto de D’corarte o dicha empresa promocionar a estos pequeños negocios.

## **Estrategia N° 2: “Crear promociones de cliente frecuente”.**

Objetivo: Atraer clientes por medio de sus promociones.

Mediante esta estrategia se busca la atracción de los clientes mediante el ofrecimiento de promociones mensuales, los cuales se muestran en la figura 4.

Donde los consumidores tendrán la opción de elegir diferentes y accesibles promociones de decoraciones durante cada mes (las promociones están sujetas a cambio de precios según lo que requiera el cliente).

Mediante el departamento de mercadeo, se crearán tarjetas de cliente frecuente para los consumidores; esta tarjeta se entregará por un consumo mínimo de \$120.00 y será sellada de manera distintiva por el personal de D’corarte, cada vez que el cliente consuma y al cumplir con 5 sellos se entregará un pastel gratis. (Con decoración establecida por D’corarte, si el cliente desea un cambio en el diseño del pastel tendría un descuento del 30%).

Cabe mencionar que D’corarte realiza sus presupuestos según lo que solicite el cliente, pero hay promociones como las siguientes:

### **Promoción #1**

Cotización De Pequeñas Bodas (Entre 50 A 100 Invitados)	
Concepto	Presupuesto
Arreglo de salón	\$200,00
Música	\$0,00
Luz y sonido	\$0,00
Comida	\$0,00
Vino	\$0,00
Pastel	\$90,00

Gastos extra	\$100,00
Arreglos de mesa	\$200,00
Decoración	\$100,00
Alquiler de silla	\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$790,00</b>

Tabla N°12

**Promoción # 2**

Cotización De Pequeñas Fiestas Infantiles ( 60 Invitados)	
Concepto	Presupuesto
Arreglo de salón	\$100,00
Música	\$0,00
Luz y sonido	\$0,00
Piñata	\$0,00
payaso	\$0,00
Pastel	\$60,00
Gastos extra	\$50,00
Arreglos de mesa	\$55,00
Decoración	\$50,00
Alquiler de silla	\$40,00
Comida	\$40,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$395,00</b>

Tabla N°13



**Promoción #3**

Cotización De Pequeñas Fiestas Infantiles ( 15 A 20 Invitados)	
Concepto	Presupuesto
Arreglo de salón	\$30,00
Música	\$0,00
Luz y sonido	\$0,00
Piñata	\$0,00
Payaso	\$0,00
Pastel	\$35,00
Gastos extra	\$30,00
Arreglos de mesa	\$35,00
Decoración	\$30,00
Alquiler de silla	\$20,00
Comida	\$25,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$205,00</b>

Tabla N°14

**Nota:** precios están sujetos a cambios según modificaciones o solicitudes que realice el cliente., y los precios con IVA incluido

**Estrategia N° 3: “Ofertar los precios más bajos en centros comerciales en el municipio de Soyapango”.**

Objetivo: Ofrecer precios accesibles a potenciales clientes por medio de promociones mensuales. Para ofrecer los precios más bajos a los clientes, será necesario crear convenios donde se establezcan precios accesibles con los proveedores directos de la materia prima e insumos para la operación de la empresa sin descuidar la calidad de ellos.

Estos proveedores pueden ser, por ejemplo:

- Compras directas por mayoreo en el Mercado San Miguelito o Mercado Central de San Salvador, (listones, canastas etc.)
- Compras directas a la empresa que mejor oferte los precios más bajos de insumos y materia prima (papelería, juguetes, golosinas, tijeras etc.)

Se establecerán precios a favor de la economía de los clientes para lograr la preferencia del D'corarte en el mercado y con esto se logra el incremento de la visita de los clientes en las diferentes plataformas, lo que contribuirá a mayores ventas.

**Estrategia N° 4: “Diseñar nuevos canales de distribución”.**

Objetivo: Facilitar el producto a los clientes brindándoles accesibilidad en la adquisición del producto.

Por medio del Depto. de Mercadotecnia realizar volantes, brochures y banners para mejor visualización de promociones

Promoción en redes en las diferentes redes sociales, ejemplo en Facebook ingresar a grupos como “Mamitas emprendedoras” para darse a conocer o crear un

perfil en Marketplace, en Instagram se deberá seguir páginas asociadas a dicho negocio para poder ofrecer los servicios de decoración a domicilio o asociarse con otros emprendedores que promocionen a D'corarte viceversa.

Se contratará personal que ofrezca en el paso de los centros comerciales del municipio de Soyapango y dentro de la ruta de autobuses de dicha zona la diversidad de productos que realiza D'corarte por medio de volantes.

### 3.11. PLAN DE ACCIÓN DE ESTRATEGIAS.

TablaN°15

<b>Estrategia N° 1</b>		<b>Inversión en Marketing</b>								
<b>Objetivo:</b>		<b>Dar a conocer los productos que oferta D'corarte</b>			<b>Mes 1</b>		<b>Mes 2</b>		<b>Mes 3</b>	
<b>N°</b>	<b>Acciones estratégicas</b>	<b>Responsables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Gatos estimados</b>	<b>Quincena 1</b>	<b>Quincena 2</b>	<b>Quincena 1</b>	<b>Quincena 2</b>	<b>Quincena 1</b>	<b>Quincena 2</b>
<b>1</b>	Acciones Estratégicas	Dueño del establecimiento	Tabla de precios , imágenes y oficina	\$0.00						
<b>2</b>	Localización de información	Departamento de Mercadeo	Computadora, cámara, impresora y oficina	\$0.00						
<b>3</b>	Crear diseño con la información	Centro especializado	Recursos económicos	\$350.00						
<b>4</b>	Impresión de volantes y banners	Empleados de la empresa	Departamento de Mercadeo	\$200.00						
<b>5</b>	Distribución de volantes	Departamento de Mercado	Computadora, celular, impresora y recursos económicos	\$40.00						
<b>6</b>	IncurSIONAR en redes sociales	Dueño de establecimiento	Recurso Humano	\$0.00						
<b>Monto estimado</b>				<b>\$590.00</b>						

Tabla N°16

<b>Estrategia N°2</b>		<b>Crear oferta del mes y tarjeta de cliente frecuente</b>								
<b>Acciones Estratégicas</b>		<b>Atraer cliente por medio de promociones</b>			<b>Mes 1</b>		<b>Mes2</b>		<b>Mes 3</b>	
<b>N°</b>	<b>Acciones Estratégicas</b>	<b>Responsables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Gastos estimados</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>
<b>1</b>	Enfoque de ideas	Depto. Mercadeo	Tabla de precios, imágenes y oficina	\$0.00						
<b>2</b>	Crear oferta del mes	Dueño del establecimiento	Tabla de precios, computadora y oficina	\$0.00						
<b>3</b>	Crear un diseño con la información	Depto. Mercadeo	Computadora, celular y oficina	\$0.00						
<b>4</b>	Impresión de tarjeta de cliente frecuente y Publicidad del mes	Centro especializado	Recursos económicos	\$200.00						
<b>Monto Estimado</b>				<b>\$200.00</b>						

Tabla N°17

<b>Estrategia N°3</b>		<b>"Ofertar los precios más bajos en promociones decorativas dentro del municipio de Soyapango "</b>								
<b>Objetivo:</b>		<b>Crear precios accesibles al cliente por medio de promociones mensuales</b>			<b>Mes 1</b>		<b>Mes2</b>		<b>Mes 3</b>	
<b>N°</b>	<b>Acciones estratégicas</b>	<b>Responsables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Costos Estimados</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>
<b>1</b>	Realizar cotización correspondiente	Representante Legal y Depto. De producción	Teléfono, papel, calculadora, etc.	\$20.00						
<b>2</b>	Crear convenio con proveedores directos , establecer precios del mes	Representante Legal y Depto. De producción y ventas	Tabla de precios de productos, oficina y papel	\$15.00						
<b>3</b>	Realizar compras respectivas	Representante Legal y área de producción y compras	Transporte , gasolina y viáticos	\$50.00						
<b>Monto estimado</b>				<b>\$85.00</b>						

Tabla N°18

	<b>Estrategia N4°</b>	<b>Diseñar nuevos a canales de distribución</b>								
	<b>Objetivos</b>	<b>Facilitar el producto al cliente en cuanto a precios accesible , transporte y montaje</b>			<b>Mes 1</b>		<b>Mes2</b>		<b>Mes 3</b>	
<b>N°</b>	<b>Acciones Estratégicas</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Gastos estimados</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>	<b>Quince na 1</b>	<b>Quince na 2</b>
<b>1</b>	Elaboración de brochure y volantes para entregarlos en el área de Soyapango (fuera de Centros Comerciales)	Representante Legal, Recurso Humano Y Depto. de Mercadeo	Recurso Humano y Financiero	\$200.00						
<b>2</b>	Promoción en redes sociales (Facebook , Instagram y Tik Tok)	Representante Legal, Depto. De Mercadeo y Recurso humano	Recurso Humano y Financiero	\$0.00						
<b>3</b>	Distribución de volantes en unidades de transporte	Representante Legal y Recurso humano	Recurso Humano	\$0.00						
<b>Monto Estimado</b>				<b>\$200.00</b>						

**3.12. ESTIMACIÓN DE COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN.**

Tabla N°19

<b>N°</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>MONTO PRESUPUESTADO</b>
1	Inversión en Marketing	\$590.00
2	Crear publicidad del mes y tarjeta cliente frecuente	\$200.00
3	Brindar los precios más competitivos en decoraciones en el área de Soyapango	\$85.00
4	Diseñar nuevos canales de distribución	\$200.00
<b>TOTAL PRESUPUESTADO</b>		<b>\$1,075.00</b>



## 3.13. Balance Inicial de D'corarte

<b>D'corarte</b>			
<b>Balance Inicial Al 01 De Enero De 2023</b>			
<b>(Expresado En Dólares De Los Estados Unidos De Americanos)</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Caja Y Cuentas Bancarias	\$10,000.00	Pagos a Proveedores	\$4,500.00
Inventario De Productos	\$3,500.00	<b>Total De Pasivo</b>	<u>\$4,500.00</u>
<b>Total Activo Corriente</b>	<u>\$.13,500.00</u>		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Vehículos	\$12,000.00	Capital	\$50,000.00
Equipos	\$2,000.00	<b>Total Patrimonio</b>	<u>\$50,000.00</u>
Locales Y Oficinas	\$27,000.00		
<b>Total De Activo No Corriente</b>	<u>\$41,000.00</u>		
<b>Total Activo</b>	<b>\$54,500.00</b>	<b>Total pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$54,500.00</b>

F. \_\_\_\_\_  
 CONTADOR

F. \_\_\_\_\_  
 GERENTE

### **3.14. Evaluación y monitoreo**

#### **3.14.1. Evaluación.**

Es importante estar consciente que el seguimiento de un plan es un trabajo arduo, continuo y permanente. Para que las estrategias establecidas funcionen se requiere de una evaluación constante en el desarrollo de las mismas, teniendo en cuenta la utilidad que con el tiempo desarrollen.

Es por eso que el dueño de D´corarte en control con los empleados se organizará para delegar personas a cargo para el valúo constante de las actividades y/o estrategias en desarrollo, realizando ajustes y correcciones necesarias.

Se llevará a cabo una supervisión sobre la forma en que las actividades se van a desarrollar. Además, se deberá tomar en cuenta a detalle de cada una de las posibles problemáticas que presenten las estrategias para poder ser desarrolladas y a partir de ello se buscar como grupo las soluciones a tales problemas y los métodos a utilizar para mejorar el funcionamiento de las estrategias.

#### **3.14.2. Monitoreo.**

En base a la información recopilada y documentada de manera mensual, se establecerá dirección de seguimiento, pero en periodos anuales a modo de corregir deficiencias detectadas que se presenten.

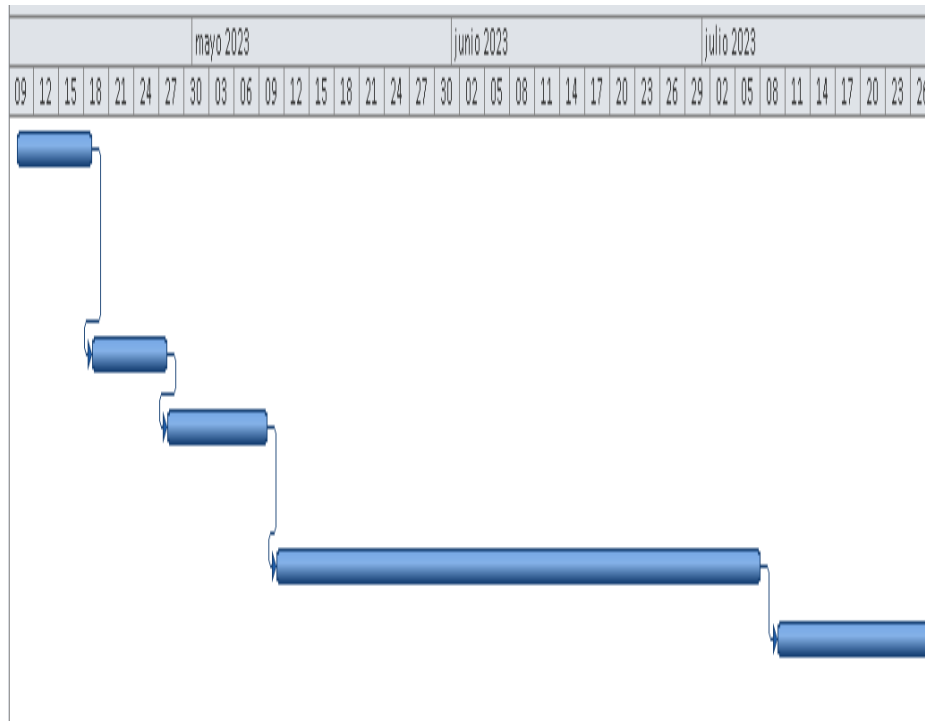
Estamos conscientes que en todo este proceso se requiere del recurso humano, material y financiero.

3.14.3. Cronograma de actividades

Tabla N°20

No	Periodo /actividad	Responsable	2023											
			Abril				Mayo				Junio			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación e introducción del modelo de emprendimiento	Equipo de investigación												
2	Generalidades del modelo de emprendimiento	Equipo de investigación												
3	Aprobación de la propuesta	Emprendedora Claudia Zuniga												
4	Gestión de los recursos	Emprendedora Claudia Zuniga												
5	Evaluación y seguimiento	Empleado delegado por Claudia Zuniga												

Imagen N°6



## BIBLIOGRAFÍA

- Borja, A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista espacios*, 41, 186-187. Obtenido de [www.revistaespacios.com > a20v41n24 > a20v41n24p15.pdf](http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf)
- CONAMYPE. (s.f.). *CONAMYPE*. Obtenido de CONAMYPE: <https://www.conamype.gob.sv/preguntas-frecuentes>
- del Pozo, R. (05 de abril de 2016). *CinkCoworking*. Obtenido de Modelo Timmons: 3 claves para emprender: <https://cinkcoworking.es/modelo-timmons-claves-para-emprender/#:~:text=El%20modelo%20Timmons%20considera%20que,ser%20necesariamente%20una%20buena%20oportunidad.>
- GEM Puerto Rico. (2016). Modelo conceptual del GEM. Puerto Rico, Puerto Rico .
- Junior Report. (03 de Noviembre de 2017). *La Vanguardia*. Obtenido de Universo JR: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20171103/432558442246/origen-fiestas-paganas.html#foto-1>
- Lopez, P. L. (s.f.). *Punto Cero*. Obtenido de Poblacion, muestra y muestreo: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Maguieventos. (26 de marzo de 2011). *Eventos Sociles*. Obtenido de <https://maguieventos.blogia.com/2011/032601-eventos-sociales.php>
- Manzanilla, S. (24 de marzo de 2022). *Blog RD Station Marketing*. Obtenido de Análisis FODA: qué es y cómo aplicarlo en tu Empresa: <https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>
- Mejia, C. (2018). *MODELO ADMINISTRATIVO Y SU INCIDENCIA COMO HERRAMIENTA DE CONTROL PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA “NÁJERA Y ASOCIADOS S.A. DE C.V.”, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR*. UES.
- *ModeloCanvas*. (s.f.). Obtenido de ModeloCanvas: <https://modelo-canvas.com/>
- Peña, W. (2001). *Apuntes de mercadotecnia para la Microempresa Rural santiago de chile*.
- Perez Porto, j. M. (16 de Marzo de 2023). *Definición de fiesta - Qué es, Significado y Concepto*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/fiesta/>

- Piensa DO. (23 de marzo de 2017). *Etapas del emprendimiento*. Obtenido de Etapas del emprendimiento: <https://www.piensa.do/blog/etapas-del-emprendimiento>
- REPORT, J. (03 de Noviembre de 2017). *Universo RJ*. Obtenido de La Vanguardia : <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20171103/432558442246/origen-fiestas-paganas.html>
- Sánchez, B. C. (04 de Octubre de 2022). *UN COMO*. Obtenido de Tipos de fiestas: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/fiesta/articulo/tipos-de-fiestas-52450.html>
- Solano , H. (25 de Octubre de 2016). *Incae Business School*. Obtenido de Tres modelos definidos de emprendimiento: <https://www.incae.edu/es/blog/2016/10/25/tres-modelos-definidos-de-emprendimiento>
- UNAM . (2023). *UNAM La Universidad de La Nacion* . Obtenido de Modelo de Emprendimiento InnovaUNAM: <https://innova.unam.mx/modelo-de-emprendimiento/>

## Leyes

- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1983). Constitución de la República de El Salvador. San Salvador, El Salvador.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (2017). Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa. San Salvador, El Salvador.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1870). Código de Comercio. San Salvador, El Salvador.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1972). Código de Trabajo. San Salvador, El Salvador
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1992). Ley de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios. San Salvador, El Salvador.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1994). Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social. San Salvador, El Salvador.

**Otros**

- Barrera, P. (02 de Octubre de 2013). Prezi.com. Obtenido de Conceptos basicos del emprendimiento: <https://prezi.com/mo912godfigq/conceptos-basicos-de-emprendimiento>
- Nicuesa, M. (01 de Junio de 2017). *Empresariados*. Obtenido de Seis conceptos basicos de empresa: <https://n9.cl/snp42>
- Universidad Europea Monterrey. (2018). *5 conceptos de emprendimiento*. Obtenido de 5 conceptos de emprendimiento: <https://www.iep-edu.com.co/5-conceptos-de-emprendimiento>

# ANEXO

## Indice de anexo

<b>Numero de anexo</b>	<b>Contenido</b>
<b>1</b>	Entrevista a Emprendedora
<b>2</b>	Encuentra a los habitantes del municipio de Soyapango
<b>3</b>	fotografía de visita



## Anexo N°1- Entrevista a Emprendedora



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



### ENTREVISTA DIRIGIDA A LA EMPRENDEDORA CLAUDIA ZUNIGA.

Entrevista dirigida a la emprendedora Claudia Zuniga en relación al “modelo de emprendimiento para iniciar una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos sociales en el municipio de Soyapango, departamento de San Salvador.”

Objetivo: Conocer de forma general por parte de la emprendedora la forma como se encuentra el negocio según su punto de vista.

Datos de la investigación

1. ¿Cuándo nace D´corarte?
2. ¿Cómo surgió la idea de iniciar el emprendimiento?
3. ¿Quiénes adquieren principalmente de los servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos sociales?
4. ¿Cuántas personas trabajan con usted en el negocio?
5. ¿Está activa en las redes sociales para dar a conocerse dentro de los de la comunidad de Soyapango y que sepan de su negocio?
6. ¿Cómo hace para dar a conocer su trabajo si no cuenta con redes sociales del negocio?
7. ¿Actualmente cuentan con servicios de domicilio?
8. ¿Está informada de las capacitaciones o cursos las cuales realiza la CONAMYPE?
9. ¿Afecto la pandemia el crecimiento del emprendimiento?
10. ¿Estaría dispuesta a considerar poner en marcha el modelo de emprendimiento que como es tudiantes de Administración de Empresa realizaremos como nuestro trabajo de graduación?

Anexo N° 2 -- Encuesta a los Habitantes del municipio de Soyapango.



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



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE  
SOYAPANGO, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR.

OBJETIVO: Conocer la opinión de los habitantes del municipio de Soyapango, departamento de San Salvador, respecto al inicio de una pequeña empresa que ofrezca los servicios de decoraciones e insumos para fiestas infantiles y otros eventos sociales, con la finalidad de proponer un modelo de emprendimiento que permita la puesta en marcha de esta.

La información que nos proporcione será utilizada de manera confidencial y de forma anónima para uso estrictamente académico. Por lo que atentamente se solicita de su valiosa colaboración respondiendo de manera objetiva las preguntas siguientes:

INDICACIONES: Marque con una "X" la respuesta que considere conveniente según su caso.

I. DATOS GENERALES

- Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )
- Edad: de 18 a 25 años ( ) de 26 a 35 años ( ) de 36 a mas ( )
- Profesión u ocupación: Licenciado/a ( ) Ama de casa ( )  
Estudiante ( ) otro: \_\_\_\_\_
- Reside en el municipio de Soyapango actualmente: Si ( ) No ( )

II. DATOS DE INVESTIGACION

- ¿Compra productos para fiestas u otro evento social? Si ( ) No ( )
- ¿Para qué evento adquiere productos e insumos para fiestas u otros eventos o contrata servicios de decoraciones? Fiestas infantiles ( ) Quince años ( )  
eventos empresariales ( ) Reuniones sociales ( )
- ¿Conoce alguna empresa o emprendimiento que se dedique al servicio de decoraciones y venta de productos e insumos para fiestas y eventos sociales? Si ( ) No ( )
- ¿Cuál es la empresa o emprendimiento que conoce?  
\_\_\_\_\_

- 
9. De la empresa o emprendimiento que va mencionando. ¿Esta geográficamente queda accesible? Si ( ) No ( )
10. ¿Cuál es el radio de accesibilidad de ese negocio? Cerca ( ) Lejos ( )
11. ¿Adquiriría productos y servicio de decoraciones para fiestas y eventos dentro de su área geográfica (Soyapango)? Si ( ) No ( )
12. ¿Estaría interesado en recibir el servicio de decoración para fiestas y eventos hasta su domicilio? Si ( ) No ( )
13. ¿Conoce de algún negocio que brinda sus servicios de decoraciones para fiestas y eventos a domicilio? Si ( ) No ( )
14. ¿Por qué medio se informó de estas empresas de servicios decoraciones para fiestas y eventos?  
Por recomendación ( ) por un familiar ( )  
Por redes sociales ( )
15. ¿Cree usted que esto le facilitaría en sus eventos que estos servicios sean a domicilio?  
Mucho ( ) Poco ( ) Indiferente ( )

## Área de trabajo y bodega



ÁREA DE TRABAJO



BODEGA

## Decoraciones Realizadas Por D'corate





# Murales



# Alianzas



Lilas  
Cupcakes

# Centros De Mesa

