

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



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO EN LA EMPRESA ARYES, S.A. DE C.V.
PARA LA FORMACIÓN DE PERSONAS PRODUCTIVAS AL AMPARARSE A LA LEY
REGULADORA DE LA PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA VOLUNTARIA**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

**RIVAS HERRERA, NANCY
SIBRIAN ESTRADA, YESENIA NOHEMY
VIDES MOLINA, KARLA CAROLINA**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SEPTIEMBRE 2015

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Ing.: Mario Roberto Nieto Lovo
Secretario General: Dra. Ana Leticia de Amaya

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Máster. Roger Armando Arias Alvarado
Secretario: Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras
Coordiandor de Tesis: Lic. Rafael Arístides Campos

TRIBUNAL CALIFICADOR

Msc. Eduardo Antonio Delgado Ayala
Lic. Luis Eduardo Hernández Herrera
Ing. Roberto Ernesto Rodríguez Santeliz (Docente Asesor)

SEPTIEMBRE 2015

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Con todo mi cariño y amor agradezco a Dios y la Virgen María quienes me inspiraron a seguir adelante y poder culminar de mi carrera profesional, a mis dos lámparas que guían y dan luz a mi vida, mi madre y abuela, a mis queridas hermanas y para el resto de mi familia que me motivaron y me dieron la mano cuando sentía que el camino se terminaba, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

Yesenia Sibrian

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mi madre Reyna Isabel Herrera que ha sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mi amado esposo José Adonay Deras que ha sido el pilar principal para la culminación de mi carrera, por su comprensión, paciencia y amor, dándome lo necesario para que hoy alcancemos un triunfo más porque los dos somos uno.

A mi precioso hijo Axel para quien ningún sacrificio es suficiente, quien me prestó el tiempo que le pertenecía para terminar mi formación académica.

A mis hermanos Emma Rivas y Gustavo Rivas por darme el impulso económico para iniciar mis estudios universitarios. A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Le agradezco la confianza, apoyo y dedicación a mi querido asesor Ing. Roberto Rodríguez Santeliz por su apoyo y contribución a mi formación.

A mis dos amigas Karla Carolina Vides Molina y Yesenia Nohemy Sibrian Estrada que gracias a su apoyo y conocimiento hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

Nancy Rivas

Le agradezco y le dedico mi logro a Dios y la virgen que me han dado la oportunidad de alcanzar uno de mis mas grandes sueños, siempre han sido mi refugio y mi fortaleza para seguir adelante, a mis padres Carolina de Vides y Carlos Vides por siempre creer en mí, apoyarme, comprenderme y principalmente por darme su amor, a mis dos hermanos y mi cuñada Carlos, Marvin y Esmeralda quienes siempre han sido un apoyo en mi vida; y a mis dos princesitas quienes son mi inspiración para mostrarles que aun que el camino parezca difícil con esfuerzo y dedicación se pueden alcanzar los sueños.

Karla Vides

TABLA DE CONTENIDO

PÁG

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD, DESARROLLO PROFESIONAL, EMPRENDEDURISMO, INSAFORP Y LA LEY REGULADORA DE LA PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA VOLUNTARIA.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	1
1.1. Historia.....	1
1.2. Filosofía de la Empresa	2
1.2.1. Misión	2
1.2.2. Visión	2
1.2.3. Valores.....	2
1.3. Organigrama de Típicos Margoth.....	3
1.4. Restaurantes y Centro de Producción de Típicos Margoth.....	3
2. GENERALIDADES SOBRE PROYECTOS.....	4
2.1. Conceptos y generalidades.	4
2.2. Finalidad de los proyectos	4
2.3. Naturaleza de los proyectos	5
2.3.1. Proyectos de inversión pública o social.....	5
2.3.2. Proyectos privados	5
2.4. Clasificación de los proyectos.....	5
2.5. Fundamento del proyecto técnico económico en Típicos Margoth	6
2.6. Ciclo de vida de los proyectos.....	6
2.6.1. Fase de pre inversión.....	7
2.6.2. Fase de inversión	8
2.6.3. Fase de operación.....	8
2.6.4. Fase de evaluación de resultados	9
2.7. Estudios para la formulación y evaluación de proyectos.....	9
2.7.1. Estudio de mercado	9
2.7.2. Estudio técnico	9
2.7.3. Estudio económico.....	10
2.7.4. Criterios de evaluación.....	11
3. ECOSISTEMA EMPRENDEDOR.....	12
3.1. Aspectos generales	12
3.1.1. Definición	12
3.1.2. Componentes del ecosistema emprendedor	12
3.1.3. Emprendimiento.....	13
3.1.4. Emprendedor	14
3.1.5. Los Retos de fomentar el emprendedurismo	14
3.1.6. Formación emprendedora.....	14

3.2. Perfil del emprendedor	15
3.2.1. El emprendedor como un tomador de decisiones.....	16
3.2.2. Cómo tomar decisiones.....	17
3.2.3. Desarrollo emprendedor.....	17
3.3. Oportunidades para el emprendedor	19
3.4. El emprendedurismo en El Salvador.....	20
3.5. El Sistema de formación profesional en El salvador	21
3.5.1. Financiamiento de formación Profesional.....	21
3.5.2. Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), como ejecutor del sistema de formación	22
3.6. El Capital semilla en El Salvador	22
3.6.1. Concepto de capital semilla:	22
3.6.2. Actividades financiables y no financiables	23
3.6.3. Fondos de capital semilla en El Salvador.	24
3.6.4. Debilidades del ecosistema emprendedor en El Salvador con respecto al modelo de ecosistema emprendedor planteado de manera ideal.	25
4. MARCO LEGAL	25
4.1. Constitución de la República de El Salvador.....	25
4.2. Código de Trabajo	28
4.3. Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria	28
4.4. Aspectos legales de la capacitación	30

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPLEADOS DE TÍPICOS MARGOTH RELACIONADO CON EL PLAN DE FORMACIÓN POR RETIRO VOLUNTARIO, PARA CONVERTIRSE EN ENTES PRODUCTIVOS.

1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	32
3.1. Método de investigación.....	32
3.1.1. Método deductivo.....	32
3.2. Tipo de investigación.....	32
3.3. Tipo de diseño de investigación.....	32
3.4. Fuentes de información	32
3.4.1. Fuentes primarias	33
3.4.2. Fuentes secundarias.....	33
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	33
3.5.1. Técnicas	33
3.5.2. Instrumentos	34
3.6. Ámbito de la información.....	34
3.7. Unidades de análisis	34
3.8. Determinación del universo y muestra.....	35
3.8.1. Universo.....	35
3.8.2. Población.....	35

3.8.3. Muestra	35
3.8.4. Cálculo de la muestra	36
3.8.5. Distribución proporcional	37
4- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPLEADOS DE TÍPICOS MARGOTH RELACIONADO CON EL PLAN DE FORMACIÓN POR RETIRO VOLUNTARIO, PARA DESARROLLARSE COMO ENTES PRODUCTIVOS.....	38
4.1. Análisis e interpretación de encuesta dirigida a los empleados de Típicos Margoth.	38
4.1.1. Datos Generales.....	38
4.1.2. Aspectos de motivación y autorrealización	46
4.1.3. Aspectos legales	54
4.1.4. Aspectos económicos.....	58
4.1.5. Aspectos emprendedores	61
4.1.6. Aspectos de capacitación.....	66
4.2. Análisis de la entrevista realizada al Administrador de Típicos Margoth.	69
4.3. Análisis FODA de Típicos Margoth	72
4.4. Logros y limitaciones en la investigación	76
4.5. Comprobación de hipótesis.....	77
4.5.1. Método utilizado	77
4.5.2. Hipótesis general	78
4.5.3. Hipótesis nula:	78
4.6. Principales hallazgos del diagnóstico relacionados con el estudio de mercado...80	
4.7. Conclusiones y recomendaciones.....	82

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO EN LA EMPRESA ARYES, S.A. DE C.V. PARA LA FORMACIÓN DE PERSONAS PRODUCTIVAS AL AMPARARSE A LA LEY REGULADORA DE LA PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA VOLUNTARIA.

1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	84
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	85
3. FICHA DE INVESTIGACIÓN	86
4. ESTUDIO DE MERCADO	89
4.1. Definición y naturaleza de la formación	89
4.2. Análisis de la demanda	90
4.3. Análisis de la oferta.....	91
4.4. Análisis de precios.....	92
4.5. Análisis cualitativo y cuantitativo.....	93
5. ESTUDIO TÉCNICO, ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN PARA CAPACITAR EMPLEADOS ADMINISTRADO POR TÍPICOS MARGOTH.....	93
5.1. Organización propuesta para administrar las capacitaciones.....	93
5.2. Seguimiento y control.....	95
5.3. Formación de empleados emprendedores.	96
5.3.1. Objetivo general y específicos.....	96

5.3.2. Temas y número de horas para formar el perfil del emprendedor.....	97
5.3.3. Resumen de los temas y número de horas necesarias para la formación de empleados.	101
5.4. Localización de las instalaciones para la formación.....	102
5.5. Mobiliario y equipo	104
5.6. Evaluación económica.....	105
5.6.1. Pronóstico de ventas sin proyecto	105
5.6.2. Pronóstico de ventas con proyecto.....	106
5.6.3. Flujos de Caja.....	121
6. ESTUDIO TÉCNICO, ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN PARA CAPACITAR EMPLEADOS CONTRATANDO A LA FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN SOCIAL (FUNDEMÁS).	124
6.1. Organización propuesta para administrar las capacitaciones.....	124
6.2. Seguimiento y control.....	125
6.3. Formación de empleados emprendedores.	126
6.3.1. Objetivo general y específicos.....	126
6.3.2. Temas y número de horas para formar el perfil del emprendedor.....	127
6.4. Localización de las instalaciones.....	128
6.4.1. Mobiliario y equipo.....	130
6.5. Evaluación económica.....	131
6.5.1. Pronóstico de ventas sin proyecto	131
6.5.2. Pronóstico de ventas con proyecto.....	132
6.5.3. Flujos de Caja.....	132
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
GLOSARIO.....	143

ANEXOS

- Anexo 1. Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria
- Anexo 2. Tabla salario mínimo vigente
- Anexo 3. Encuesta dirigida a empleados de Típicos Margoth
- Anexo 4. Entrevista realizada al gerente general de Típicos Margoth
- Anexo 5. Tabla Chi – cuadrado
- Anexo 6. Modelo carta compromiso
- Anexo 7. Detalle de inversión de capacitaciones administradas por Típicos Margoth
- Anexo 8. Cálculo del incremento en las ventas
- Anexo 9. Detalle de inversión de capacitaciones por FUNDEMÁS

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO II

Cuadro 2.1. Resumen de la muestra.

Cuadro 2.2. Género.

Cuadro 2.3. Estado Civil.

Cuadro 2.4. Edad.

Cuadro 2.5. Goza de programa de Jubilación.

Cuadro 2.6. Nivel académico.

Cuadro 2.7. Tiempo de trabajar en Típicos Margoth.

Cuadro 2.8. Área de trabajo.

Cuadro 2.9. Recibe Capacitaciones por parte de la empresa.

Cuadro 2.10. Tipo de capacitaciones que ha recibido.

Cuadro 2.11. Prestaciones adicionales a las de la ley.

Cuadro 2.12. Orientación que recibe del supervisor.

Cuadro 2.13. Formación necesaria para el desempeño del trabajo.

Cuadro 2.14. Oportunidades por la empresa para el desarrollo profesional.

Cuadro 2.15. Motivación con el empleador.

Cuadro 2.16. Cuán relajado se siente en su trabajo.

Cuadro 2.17. Motivación y comodidad con el trabajo que desarrolla.

Cuadro 2.18. Capacidades aptas para el trabajo desempeñado.

Cuadro 2.19. Opinión sobre el salario que recibe.

Cuadro 2.20. Conocimiento de la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.

Cuadro 2.21. Conocimiento de la fecha de la entrada en vigencia de la ley.

Cuadro 2.22. Conocimiento sobre el objeto de la ley.

Cuadro 2.23. Conocimiento del monto de indemnización.

Cuadro 2.24. Consideración del empleado por hacer uso de la ley.

Cuadro 2.25. Ingresos familiares.

Cuadro 2.26. Ingresos familiares ahorrados o invertidos.

Cuadro 2.27. Opciones para invertir la indemnización.

Cuadro 2.28. Tipos de inversión.

Cuadro 2.29. Consideración del empleado de ser emprendedor.

Cuadro 2.30. Conocimiento del concepto de capital semilla.

Cuadro 2.31. Factores que limitan a ser emprendedor.

Cuadro 2.32. Conocimiento sobre la entidad cofinanciadora del capital semilla.

Cuadro 2.33. Consideración del empleado a recurrir al capital semilla.

Cuadro 2.34. Interés por recibir programas de emprendedurismo.

Cuadro 2.35. Interés por asistir a programa de capacitación para el desarrollo emprendedor.

Cuadro 2.36. Áreas de oportunidades para iniciar un negocio.

Cuadro 2.37. Actividades a desarrollarse en las áreas de comercio, servicios y fabricación de un bien.

Cuadro 2.38. Fortalezas y debilidades de Típicos Margoth, en base a información brindada por la Gerencia General.

Cuadro 2.39. Resumen de respuestas para aceptar o rechazar hipótesis.

Cuadro 2.40. Frecuencias esperadas para la comprobación de hipótesis.

CAPÍTULO III

Cuadro 3.1. Análisis de la oferta.

Cuadro 3.2. Análisis de precios.

Cuadro 3.3. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado).

Cuadro 3.4. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (facilitador).

Cuadro 3.5. Números de horas requeridas para el tema de liderazgo.

Cuadro 3.6. Números de horas requeridas para el tema comunicación efectiva.

Cuadro 3.7. Números de horas requeridas para el tema capacidad y comportamiento proactivo.

Cuadro 3.8. Números de horas requeridas para el tema capacidad de superar la adversidad.

Cuadro 3.9. Números de horas requeridas para el tema trabajo en equipo.

Cuadro 3.10. Números de horas requeridas para el tema capacidad para generar soluciones.

Cuadro 3.11. Números de horas requeridas para el tema orientación al logro.

Cuadro 3.12. Números de horas requeridas para el tema habilidad en la toma de decisiones.

Cuadro 3.13. Números de horas requeridas para el tema orientación al cliente.

Cuadro 3.14. Resumen de temas y horas necesarias para la formación de empleados.

Cuadro 3.15. Mobiliario y equipo.

Cuadro 3.16. Detalle de inversión de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth.

Cuadro 3.17. Proyección de ventas de Típicos Margoth.

Cuadro 3.18. Ventas mensuales de Típicos Margoth del año 2013.

Cuadro 3.19. Variación en las ventas del año 2013 mensualmente.

Cuadro 3.20. Modelo trimestral.

Cuadro 3.21. Comparación de análisis estadístico de ventas mensuales y trimestrales.

Cuadro 3.22. Modelo trimestral proyectado.

Cuadro 3.23. Análisis estadísticos.

Cuadro 3.24. Cálculo consumo mensual y trimestral de clientes incentivados por el proyecto.

Cuadro 3.25. Detalle trimestral del porcentaje de incremento en las ventas con proyecto.

Cuadro 3.26. Ingresos con la implementación del proyecto.

Cuadro 3.27. Condiciones del financiamiento.

Cuadro 3.28. Flujo de caja sin financiamiento.

Cuadro 3.29. Evaluación costo beneficio sin financiamiento.

Cuadro 3.30. Tabla de amortización.

Cuadro 3.31. Flujo de caja del proyecto con financiamiento.

Cuadro 3.32. Evaluación costo beneficio con financiamiento.

Cuadro 3.33. Cuadro resumen proyecto administrado por Típicos Margoth.

Cuadro 3.34. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado).

Cuadro 3.35. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (facilitador).

Cuadro 3.36. Resumen de los temas y número de horas necesarias para la formación.

Cuadro 3.37. Mobiliario y equipo.
Cuadro 3.38. Detalle de inversión para las capacitaciones desarrolladas por FUNDEMAS.
Cuadro 3.39. Pronóstico de ventas con proyecto.
Cuadro 3.40. Condiciones del financiamiento.
Cuadro 3.41. Flujo de caja sin financiamiento.
Cuadro 3.42. Evaluación costo beneficio sin financiamiento.
Cuadro 3.43. Tabla de amortización.
Cuadro 3.44. Flujo de caja del proyecto con financiamiento.
Cuadro 3.45. Evaluación costo beneficio con financiamiento.
Cuadro 3.46. Resumen de evaluación contratando los servicios de FUNDEMAS.
Cuadro 3.47. Proyecto administrado por Típicos Margoth vrs contratando los servicios de FUNDEMAS.

ÍNDICE DE FIGURAS

CÁPITULO I

Figura 1.1. Organigrama actual de Típicos Margoth.
Figura 1.2. Ciclo de vida de los proyectos.
Figura 1.3. Componentes del ecosistema emprendedor.
Figura 1.4. Proceso de toma de decisiones.
Figura 1.5. Mecanismo de transformación de personas.

CÁPITULO II

Figura 3.1. Organigrama propuesto para Típicos Margoth.
Figura 3.2. Síntesis del organigrama destacando la unidad coordinadora para las capacitaciones.
Figura 3.3. Ubicación referencial del restaurante y centro de producción carretera al puerto de La Libertad.
Figura 3.4. Plano de local de usos múltiples de Típicos Margoth, simulando una distribución de planta y equipo.
Figura 3.5. Ubicación referencial del Circulo Militar.
Figura 3.6. Plano de local del salon Arce del Circulo Militar simulando una distribución de planta y equipo.

RESUMEN EJECUTIVO

Origen

Típicos Margoth nació como pupusería Margoth en 1962, en un local del Portal Orozco, frente al parque Daniel Hernández en el Departamento de La Libertad, lugar en el cual Doña Margoth, inició con una pequeña tienda de conveniencia y comedor.

En la actualidad emplea a 131 personas distribuidas de la siguiente manera: 86 empleados en área de restaurantes, 32 en servicio a domicilio, 8 en call center y 5 en el área administrativa, quienes no cuentan con un plan de capacitación en aspectos emprendedores, sin embargo, existe gran interés de participar en capacitaciones relacionadas al tema.

Para lograr fomentar el emprendedurismo es necesario que se creen proyectos atractivos, que se planteen como un reto y que los obstáculos sean parte de los indicadores para medir el éxito propiciando oportunidades de aprendizaje, en las cuales el fracaso sea visto como una lección; se debe lograr transmitir el gusto por hacer las cosas de manera diferente, y generar espacios donde se puedan compartir experiencias distintas entre personas con intereses similares.

Típicos Margoth buscando la motivación y autorrealización de los empleados pretende crear un proyecto de capacitaciones de emprendedurismo para su recurso humano que ayude a potenciarlos como personas productivas en la sociedad salvadoreña.

Objetivo e Importancia

El objetivo primordial por el cual se ha llevado a cabo la investigación es la determinación de la factibilidad técnica económica de la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de Prestación Económica por Renuncia voluntaria para potenciar la aprobación e implementación del proyecto.

La importancia radica en la entrada en vigencia de la Ley, planteándose la oportunidad para los empleados de Típicos Margoth y para la empresa, en formarlos como entes productivos, en un ecosistema emprendedor. Consecuentemente y en vista de que Típicos Margoth está interesada en prever un plan de capacitación para el desarrollo emprendedor del recurso humano, que desee gozar de la prestación económica, se vio la oportunidad de desarrollar un proyecto de formación para empleados.

Metodología

El método de investigación aplicado es el método científico, el cual consiste en “la observación sistemática de problemas, hipótesis, verificación y obtención de nuevos conocimientos que aciertan o modifican las teorías ya existentes” se consideraron para la investigación los métodos inductivo y deductivo.

Conclusiones y recomendaciones

La empresa al ofrecer productos de calidad y siendo la principal cadena de comida típica presenta muy buenos niveles de ventas, sin embargo Típicos Margoth al ser una empresa familiar se caracteriza por realizar la toma de decisiones de manera muy conservadora, y a lo largo del tiempo han realizado poca publicidad por el lanzamiento de ofertas, combos, promociones u otras, aspecto que no les ha favorecido para incrementar sustancialmente las ventas; recomendando de esta manera que sea considerada la implementación de publicidad a lo largo del año para que la empresa logre establecerse como la cadena líder de comida típica en El Salvador.

Por otro lado los trabajadores de Típicos Margoth mostraron gran interés de participar en capacitaciones relacionadas al emprendedurismo, y asistir a programas para el desarrollo emprendedor, para los cuales la principal área donde preferirían iniciar un negocio es en el comercio, es así como se logra determinar que los empleados tienen amplias aspiraciones por el desarrollo personal de cada uno, por lo cual se recomienda ejecutar el proyecto ya que este conlleva beneficios significativos para los empleados así también como para la empresa misma.

INTRODUCCIÓN

Típicos Margoth es un restaurante de comida típica salvadoreña, que en la actualidad cuenta con cuatro sucursales, donde el menú y los servicios se han ampliado, sirviendo desayunos, almuerzos caseros, servicio a domicilio y banquetes para eventos especiales, para Típicos Margoth el recurso humano es una parte primordial para el desarrollo de sus actividades, los cuales a través del tiempo se han incrementado, y con ello las expectativas para incentivarlos.

De acuerdo a ello el siguiente trabajo de investigación “Estudio de factibilidad técnico económico en la empresa ARYES, S.A. de C.V. para la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria”, es de gran interés ya que se busca contribuir con el desarrollo emprendedor de los empleados, analizando los factores legales, técnicos, económicos y administrativos que pueden impactar en el desarrollo del proyecto y a la vez garantizar una adecuada ejecución de los planes de capacitación que Típicos Margoth desea brindar a sus empleados.

El Capítulo I comprende la base teórica referencial la cual está compuesta por generalidades de Típicos Margoth, abordando aspectos sobre los tres pilares fundamentales de la investigación, los cuales son: los proyectos, el ecosistema emprendedor y el marco legal.

En el capítulo II se procede a realizar la investigación de campo para desarrollar el diagnóstico de la situación actual de los empleados de Típicos Margoth, para recolectar la información se han utilizado tres instrumentos, las encuestas, la entrevista y la observación directa por medio de los cuales se han obtenido datos que serán de suma importancia en el desarrollo de la propuesta y tendrán gran trascendencia en la decisión de llevar a cabo o no el proyecto.

El capítulo III presenta la propuesta para la realización del proyecto de formación de personas productivas fomentando la creación de negocios emprendedores que le permita a los empleados la superación personal y familiar, dicha información ayudará a Típicos Margoth a tomar decisiones de tipo administrativo y financiero, entre diferentes alternativas de inversión, para proporcionar este tipo de capacitación a los empleados, con las cuales se prevé crear y fortalecer conocimientos y motivación del recurso humano, los cuales contribuirán al mejor desempeño de las actividades asignadas en cada área de trabajo y el fortalecimiento de la imagen empresarial de la organización.

De la misma manera se agrega la bibliografía consultada, un pequeño glosario de las siglas y palabras utilizadas y los anexos que fundamentan la investigación.

Sin más que señalar se da inicio al trabajo de graduación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD, DESARROLLO PROFESIONAL, EMPRENDEDURISMO, INSAFORP Y LA LEY REGULADORA DE LA PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA VOLUNTARIA.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. Historia

Típicos Margoth nació como pupusería Margoth en 1962, en un local del Portal Orozco, frente al parque Daniel Hernández en la ciudad de Nueva San Salvador, ahora Santa Tecla en el Departamento de La Libertad. Lugar en el cual Doña Margoth, inició con una pequeña tienda de conveniencia y comedor.

Un buen día de ese año, haciendo pupusas para la cena de sus hijos, llegó a la tienda un grupo de clientes que regularmente la visitaban y se percataron que estaba haciendo pupusas (que para ese entonces no eran parte del menú), se les antojaron y le preguntaron si las vendía, Doña Margoth con la convicción y la actitud correcta de que el cliente es primero, se las preparó y vendió a diez centavos de Colón cada una. Al día siguiente los mismos clientes la visitaron para comprarle nuevamente pupusas, labor que se ha extendido hasta la fecha.

Sin embargo, aquel primer local pronto quedó chico para atender la demanda. Hasta que en 1968, adquirieron un terreno a la salida de Santa Tecla y se construyó un local propio y adecuado para satisfacer a sus clientes. A pesar de los cambios, lastimosamente, el conflicto armado obligó a cerrar operaciones en diciembre de 1979.

Dos años pasaron y no se olvidó el sabor de las deliciosas pupusas de Doña Margoth; y a principios de 1982, se abrió nuevamente en un local en la Avenida Manuel Enrique Araujo en San Salvador.

Para ese entonces se comercializaban únicamente cuatro productos: pupusas, pastelitos, plátanos fritos y quesadillas. Pero el gusto de los clientes por otros platillos típicos exigió la diversificación hacia los tamales, nuégados con chilate, empanadas etc. De modo que se agregaron al menú, con el fin de brindar mayor variedad de productos representativos de la gastronomía salvadoreña.

Hacia 1987, se constituyó la sociedad Alimentos Rápidos y Económico Salvadoreños, S.A. de C.V. (ARYES, S.A de C.V.), a quien en este documento se hará referencia como Típicos Margoth.

Hoy en día la empresa cuenta con cuatro sucursales donde el menú y los servicios se han ampliado, sirviendo desayunos, almuerzos caseros, servicio a domicilio y banquetes para eventos especiales.¹

En la actualidad emplea a 131 personas distribuidas de la siguiente manera: 86 empleados en área de restaurantes, 32 en servicio a domicilio, 8 en call center y 5 en el área administrativa.

Para la compañía el recurso humano es una parte primordial para el desarrollo de sus actividades, los cuales a través del tiempo se han incrementado, y con ello las expectativas para incentivarlos. Hacia el año 2010 se realizó su indemnización, con la finalidad de que pudieran hacer uso de sus recursos financieros, y a la vez lograr la disminución del pasivo laboral.

En la actualidad, emplea a 131 personas, 88 tienen dos o más años de laborar continuamente, y considerando que a partir del 1 de Enero de 2015 entró en vigencia la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, se determina la oportunidad de capacitar al personal en aspectos sobre dicha ley y en conocimientos orientados hacia el emprendedurismo para convertirlos en personas productivas, en caso se amparen a la ley y decidan retirarse voluntariamente.

1.2. Filosofía de la Empresa²

La filosofía de la empresa se basa en recordar que el éxito depende de las iniciativas individuales y la capacidad de trabajar en equipo.

1.2.1. Misión

Continuar siendo la cadena líder de restaurantes de cocina típica en El Salvador, mediante la estandarización y cumplimiento de los procedimientos y de los valores, logrando así, las expectativas de nuestros clientes y lealtad hacia nuestra marca.

1.2.2. Visión

Consolidarnos en El Salvador como la cadena líder en cocina típica distinguiéndonos de los demás restaurantes por nuestro ambiente familiar y agradable, servicio cordial, personalizado y precios accesibles, logrando así la satisfacción de nuestros consumidores.

1.2.3. Valores

- Responsabilidad
- Respeto

¹ <http://www.tipicosmargoth.com/index.php?servicios.php>– fecha de consulta 14-5/14

² Planeación Estratégica y Estructura del Programa de Franquicias en Típicos Margoth Preparado por Francorp®

- Trabajo en equipo
- Calidad
- Servicio al cliente
- Mejora continua

1.3. Organigrama de Típicos Margoth

Título: Organigrama actual de Típicos Margoth

Figura 1.1.



Fuente: Planeación Estratégica y Estructura del Programa de Franquicias en Típicos Margoth Preparado por Francorp®

1.4. Restaurantes y Centro de Producción de Típicos Margoth

- Restaurante Central: Calle Chiltiupán # 25-26, Santa Tecla, La Libertad.
- Restaurante Escalón: 77 Avenida Norte y pasaje Itsmania # 272, San Salvador, San Salvador.
- Restaurante y Centro de Producción: Carretera al Puerto de La Libertad km. 10 ½, Santa Tecla, La Libertad.
- Restaurante Merliot: Centro Comercial Plaza Merliot, local # 202, Santa Tecla, La Libertad.

2. GENERALIDADES SOBRE PROYECTOS

2.1. Conceptos y generalidades.

Algunos autores definen los siguientes conceptos de proyectos:

- “Es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados”.³
- “Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana”.⁴
- "Proyecto es el conjunto de actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.”⁵

Tomando en consideración las definiciones de los autores el equipo investigador define proyectos como:

- Herramientas que permiten estimar las ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos para la producción de determinados bienes y servicios.

2.2. Finalidad de los proyectos

Los proyectos son un recurso para resolver un problema o cubrir un déficit, como podría ser la satisfacción de la necesidad de vivienda en una zona, la escases de medicamento en los hospitales, la falta de agua potable en las viviendas, servicios médicos, productos industriales, agropecuarios, entre otros; también estos sirven como un medio para gestionar recursos; un proyecto en la etapa de estudio sirve como instrumento, obteniendo recursos para su implementación, presentándolo a instituciones financieras como bancos, gobierno o a la cooperación internacional.

Con ellos, además, se puede solicitar beneficios e incentivos fiscales; en algunos proyectos, dependiendo el impacto en la sociedad, se pueden obtener estos incentivos fiscales como exención de impuestos de importación de maquinaria, equipo y materias primas; además, se puede obtener exención de impuestos de la renta por algunos años tanto del proyecto como para

³ <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>- Generalidades de los proyectos - fecha de consulta 7-6-14

⁴ Sapag Chain, Nassir y Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición. McGraw-Hill Interamericana. México 2003.

⁵ <http://definicion.de/proyecto/> - fecha de consulta 7-6-14

los socios. Los proyectos pueden ser utilizados de base a los propietarios o encargados como un medio de planificación y control para medir resultados en el futuro.

2.3. Naturaleza de los proyectos

Es la disciplina de organizar y administrar recursos, de manera tal, que se pueda culminar todo el trabajo requerido en el proyecto dentro del alcance, el tiempo, y coste definidos.

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa, la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable el desarrollarlo. A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece lo que es su negocio. Existen dos clasificaciones según la naturaleza, estos pueden ser públicos y privados.⁶

2.3.1. Proyectos de inversión pública o social

Son aquellos proyectos que resuelven problemas de las comunidades, que deben ser identificados adecuadamente e implican la utilización de recursos. Siendo el objetivo social, no se busca ganancia; por ejemplo la construcción de carreteras y puentes, servicio de agua, etc.

2.3.2. Proyectos privados

Los proyectos privados tienen como objetivo, obtener una ganancia por la inversión realizada, es decir, que además de recuperar la inversión realizada se espera obtener una ganancia. Entre mayor sea el riesgo de la inversión el inversionista espera obtener mayor ganancia y recuperarla lo más pronto.

2.4. Clasificación de los proyectos

Existen diferentes tipos de proyectos que se pueden ejecutar en una economía, algunos de ellos son los proyectos agropecuarios en los cuales se considera la producción animal y vegetal; los proyectos industriales constituidos por manufactura; los proyectos de infraestructura económica caracterizados porque dan a la actividad ciertos bienes o servicios como energía eléctrica y otro amplio grupo de proyectos en diferentes áreas, para diferentes sectores.

En el caso particular del estudio técnico económico para Típicos Margoth, se clasifica en dos tipos de proyectos como son los de servicio, puesto que ellos prestan asistencias de carácter personal, material o técnico, ya sea a través del ejercicio profesional o a través de instituciones; dentro de este tipo de proyectos se incluyen las consultorías, las investigaciones técnicas y la comercialización de productos y servicios sociales que no estén incluidos en la infraestructura

⁶ Cañas Balbino Sebastián. Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos. 4ª Ed. Pág 9

social. Por otra parte, también se podría clasificar como un proyecto estratégico, ya que estos se desarrollan con el objetivo de mantener o crear una ventaja competitiva en el mercado, en este caso se busca la creación de una ventaja competitiva por medio del recurso humano de la empresa.

2.5. Fundamento del proyecto técnico económico en Típicos Margoth

La importancia del proyecto radica en un inicio, en la entrada en vigencia de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la cual puede ser un medio para generar la oportunidad a los empleados de Típicos Margoth, en formarlos como entes productivos al ampararse a la ley y recibir la prestación económica correspondiente, haciendo uso de recursos como el capital semilla, el cual otorga un porcentaje del monto necesario para dar marcha a los nuevos negocios emprendedores.

Con el estudio se busca beneficiar directamente a los empleados de Típicos Margoth, además, de un beneficio para la empresa al fortalecer su relación con el recurso humano y desde luego su imagen, por ser una compañía salvadoreña cercana a la población.

La empresa a través del establecimiento de una estrategia técnico económica, en la cual se forme al personal en áreas de emprendedurismo, podría fortalecer el recurso humano con el que cuenta en la actualidad, logrando con ello contar con socios y no solo empleados. Además, con ello podrán ser una entidad que brinda oportunidades a los colaboradores, mostrando la apertura para capacitarlos e inducirlos a formar parte del sector productivo del país, con ello a la vez podrán establecerse alianzas en las que el trabajador llegue a proveer sus productos, aplicando los conocimientos adquiridos en programas emprendedores en los que la misma empresa lo ha involucrado, brindándole la oportunidad de emprender su propio negocio.

Típicos Margoth puede lograr con el establecimiento de la estrategia, contar con recurso humano comprometido; capaz de producir más, en menor tiempo y con menos recursos, personal con mayores conocimientos y exactitud en el trabajo desarrollado.

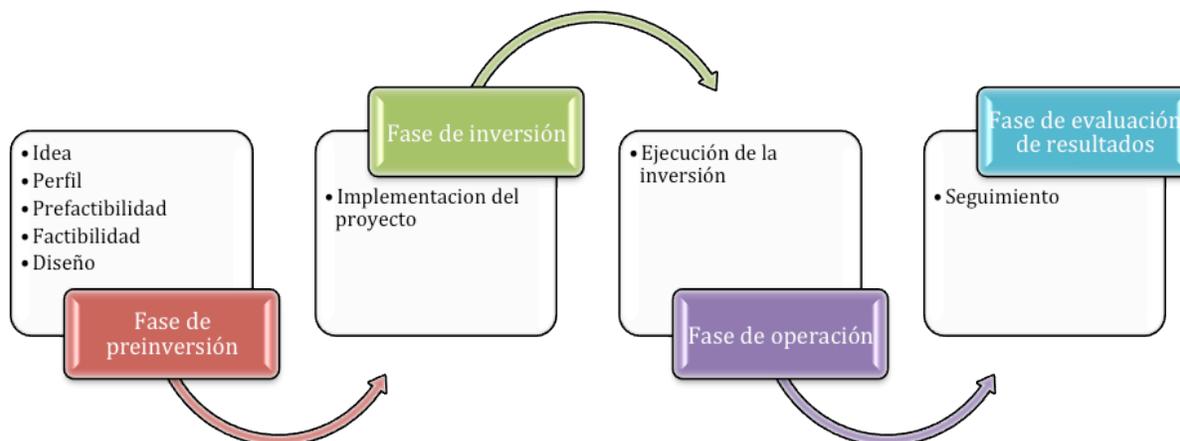
2.6. Ciclo de vida de los proyectos

El ciclo de vida inicia con un problema originado en una necesidad, a la cual debe buscársele solución coherente. Generalmente los proyectos de inversión atraviesan cuatro grandes fases:

A continuación se presenta esquemáticamente el ciclo de vida de los proyectos iniciando en la fase de pre inversión y culminando con la fase de evaluación de resultados; más adelante se muestra a detalle cada una de las etapas.

Título: Ciclo de vida de los proyectos

Figura 1.2.



Fuente: <http://sni.mideplan.cl/links/files/sebi2010/presentacion/1777.pdf> - Fases de la pre inversión

2.6.1. Fase de pre inversión

La fase de pre inversión corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. La pre inversión consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevará a cabo, para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen.

La fase de pre inversión presenta las siguientes etapas:⁷

- **Etapas de idea**

En esta etapa, se generan ideas de proyectos las que surgen a raíz de necesidades insatisfechas, aplicación de políticas generales, requerimientos de un plan general de desarrollo, de la existencia de otros proyectos en estudio o en ejecución, etc. Es en esta fase en donde corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados.

- **Etapas de perfil**

En esta etapa, se debe efectuar una recopilación y análisis de todos los antecedentes que permitan formarse un juicio respecto de la conveniencia técnica y económica de llevar a cabo la idea de proyecto.

El énfasis está en identificar los beneficios y costos asociados a las distintas alternativas posibles de solución. A este nivel no se debiera incurrir en mayores costos (recursos

⁷ <http://sni.mideplan.cl/links/files/sebi2010/presentacion/1777.pdf> - Fases de la pre inversión – fecha de consulta 7-6-14

financieros y humanos) para identificarlos, medirlos y valorarlos. La elaboración del perfil debe incluir un análisis preliminar de los aspectos técnicos, de los estudios de mercado y de la evaluación.

- **Etapas de pre factibilidad**

En esta etapa, se examinan en detalle las alternativas de solución consideradas más convenientes, las que se desarrollan de manera más general en la etapa anterior.

Para determinar la rentabilidad socioeconómica de las alternativas, se requieren estimaciones de los montos de inversión, costos de operación, un calendario de inversión y las cifras aproximadas de los beneficios que generarán durante la vida útil del proyecto.

- **Etapas de factibilidad**

Se deben enfocar los esfuerzos hacia el examen detallado y preciso de la alternativa que se ha considerado viable en la etapa anterior. Adicionalmente se afinan todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto de acuerdo con sus objetivos, sean estos sociales o de rentabilidad.

- **Etapas de diseño**

En esta última etapa del estado de pre inversión, se desarrollan los estudios finales de arquitectura, ingeniería y especialidades; se confeccionan manuales de procedimientos, de especificaciones para los equipos y se analiza la propuesta de materialidad, de acuerdo con la solución técnica identificada como viable.

2.6.2. Fase de inversión

La fase de inversión corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Una vez terminada con esta etapa se debe continuar con la medición y comparación de los resultados reales contra los presupuestados, lo cual puede realizarse en forma total o parcial, teniendo como objetivo mejorar o corregir el desarrollo del proyecto de inversión, para lograr obtener los resultados más cercanos a los planes originales.

2.6.3. Fase de operación

Es aquella donde la inversión ya materializada esta en ejecución; una vez instalado el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen el proyecto. El proyecto se institucionaliza mediante la creación de una organización responsable por su operación en el tiempo, o mediante la entrega de dicha responsabilidad a una entidad ya existente.

2.6.4. Fase de evaluación de resultados

Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar después de un tiempo razonable de su operación, que el problema ha sido solucionado efectivamente por la intervención del proyecto.⁸

2.7. Estudios para la formulación y evaluación de proyectos

2.7.1. Estudio de mercado

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para estimar costos y definir precios, aunque frecuente, se incurre en el error de considerarlo únicamente en el análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá, dejando de lado los costos que son necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Se debe realizar la descripción exacta del producto que se ofrecerá al mercado consumidor, aunque este sea un producto intangible como lo es brindar capacitaciones a los empleados de Típicos Margoth.

2.7.2. Estudio técnico

En el estudio técnico se analizan elementos relacionados con la ingeniería básica del producto y proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta, el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá, para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente, con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión, para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.⁹

2.7.2.1. Factibilidad técnica.

Baca Urbina establece objetivos de los estudios y en lo que respecta al estudio técnico lo establece de esta forma "demostrar que tecnológicamente es posible realizar el proyecto".¹⁰ Mediante el estudio de factibilidad técnico se busca establecer la viabilidad a nivel técnico del proyecto, como un preámbulo a la factibilidad económica. Está centrado en las siguientes partes que lo conforman:

⁸ Marcial Córdoba Padilla, Formulación y Evaluación de Proyectos, ECOE Ediciones 2006, 1ª Ed. pág.13 - 18

⁹ <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf> - fecha de consulta 14/5/14

¹⁰ Baca Urbina, Gabriel. Formulación y Evaluación de Proyectos. 30 Edición, McGraw Hill

Localización del Proyecto: es llegar a determinar el sitio óptimo que contribuya en la mejor medida a lograr la mayor rentabilidad u obtener el costo unitario mínimo.

Tamaño del Proyecto: es una función de la capacidad y el tiempo, y representa la capacidad de respuesta que el proyecto tiene para satisfacer la demanda.

Ingeniería del Proyecto: Es el conjunto de medios y procedimientos que en el proyecto se utilizarán para realizar la producción de servicios para el cual es considerado. Los elementos que conforman esta parte son: Proceso de producción, las alternativas tecnológicas y la distribución de la planta.

2.7.3. Estudio económico¹¹

El objetivo de este estudio es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan los estudios anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Toda empresa al producir bienes o servicios incurre en costos, los costos de producción están en el centro de las decisiones empresariales, ya que todo incremento en los costos de producción normalmente significa una disminución de los beneficios de la empresa. De hecho, las empresas toman las decisiones sobre la producción y las ventas a la vista de los costos y los precios de venta de los bienes que lanzan al mercado. Los costos se clasifican en:

- Costos Fijos (CF): son los costos de los factores fijos de la empresa y, por lo tanto, a corto plazo son independientes del nivel de producción.
- Costos Variables (CV): dependen, por el contrario, de la cantidad empleada de los factores variables y, por tanto, del nivel de producción.
- Costo Total (CT): es igual a los costos fijos más los costos variables.
- Costo Marginal (CMA): es el aumento del costo total (CT) necesario para producir una unidad adicional del bien.

2.7.3.1. Factibilidad económica

La importancia del estudio de factibilidad económica radica en que un proyecto puede resultar técnicamente aceptable, pero en cuanto a su factibilidad económica no lo sea, por lo tanto, solamente comparando los costos con los beneficios podrá determinar la solución óptima.

El estudio de factibilidad económica contiene las siguientes inversiones en: terrenos, infraestructura, equipamiento, recurso humano y planificación de la operación.

¹¹ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill 5ª Ed.

2.7.4. Criterios de evaluación

El estudio de evaluación es la parte final de toda la secuencia del análisis de factibilidad de un proyecto y se realiza con dos fines posibles.

El tomar una decisión de aceptar, rechazar o postergar el estudio de un proyecto específico, y decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad.

Los criterios de evaluación económica más usados son:

- Valor Actual Neto (VAN): Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto, y comparar esta diferencia en el desembolso inicial, para así poder tomar una decisión o desaprobación del mismo.
- Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR): Es la tasa mínima de ganancia esperada sobre la inversión.
- Tasa Interna de Retorno (TIR): La tasa interna de retorno es un índice de rentabilidad y se define como la tasa de interés que reduce a cero, el valor actual neto, el valor anual, o el valor futuro a una serie de ingresos y egresos.¹²
- Costo beneficio: La medida de la contribución de un proyecto se establece, en términos de beneficio, que cualquiera puede acumular en algún momento y el costo en el cual se incurrirá. Un proyecto se puede justificar únicamente si los costos son menores a los beneficios.
- Razones financieras: Son coeficientes, que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través de las cuales, la relación obtenida por medio de divisiones entre sí de dos datos financieros directos, permiten analizar el estado actual o pasado de un proyecto, en función de niveles óptimos definidos para él; de una amplia gama que existe de razones financieras, las que son aplicables directamente a los proyectos son las siguientes:
 - Razones de rentabilidad: Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias del proyecto con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión.
 - Razón de liquidez: Miden la capacidad de pago a corto plazo de la empresa para saldar las obligaciones más próximas.
 - Prueba ácida: La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.
 - Índice de rotación: Mide la liquidez de los inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, activos y otros.

¹² http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/camacho_o_g/capitulo3.pdf - fecha de consulta 28/5/14

3. ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

3.1. Aspectos generales

3.1.1. Definición

El Ecosistema del emprendimiento es “el estudio, análisis y explicación de las diferentes relaciones complejas entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos académicos, sociales, políticos y económicos”¹³

El término ecosistema fue desarrollado por Daniel Isenberg¹⁴, quien define el ecosistema empresarial como una combinación de varios dominios: cultura, política, y liderazgo; disponibilidad financiera; capital humano; mercado favorable a los emprendimientos dinámicos; productos; apoyo institucional; y apoyo de infraestructura.

3.1.2. Componentes del ecosistema emprendedor¹⁵

Los componentes esenciales que se requieren para tener un ecosistema son:

- **La innovación:** se compone de universidades, centros de investigación, laboratorios, y vínculos con el exterior.
- **Los emprendedores:** son la gente que está capacitada y que conoce acerca de la empresarialidad, además que coexiste con los centros de transferencia tecnológicas en las universidades.
- **El financiamiento:** consiste en el apoyo financiero del sector público y de la disponibilidad privada de capital semilla, dinámico y de inversión patrimonial privados.

Sin la presencia simultánea de los tres componentes, no es posible tener un ecosistema. Un ecosistema puede existir, sin embargo, cuando la innovación es pobre, el financiamiento insuficiente, o con talento empresarial escaso, puede afirmarse que los componentes del ecosistema no actúan armónicamente y que su eficacia y eficiencia son débiles.

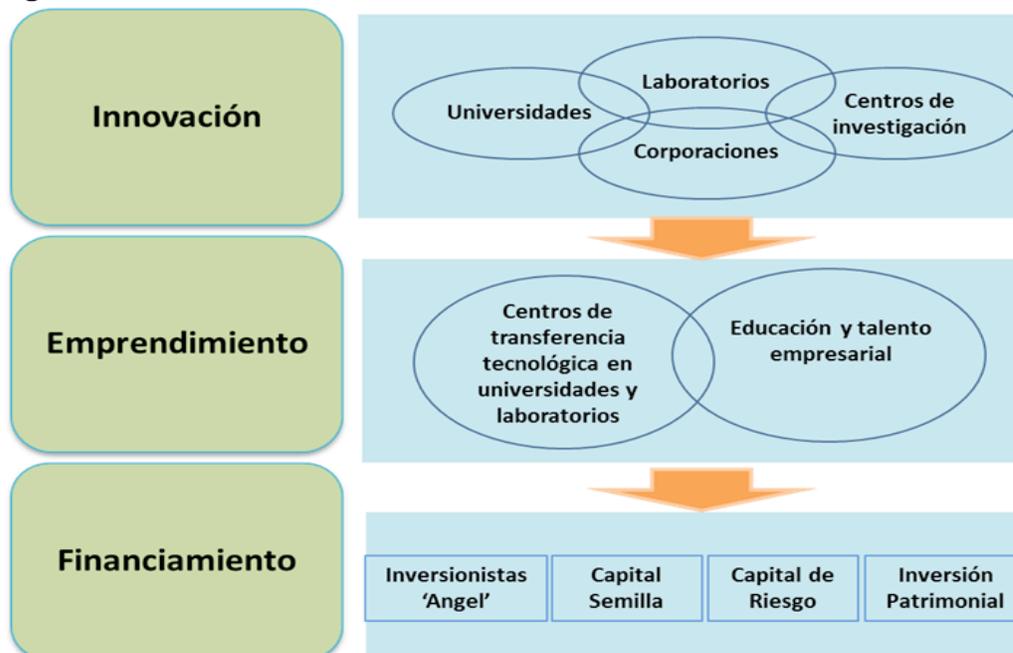
¹³ <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistema-emprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-7-14

¹⁴ <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistema-emprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-7-14

¹⁵ <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistema-emprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-7-14

Título: Componentes del ecosistema emprendedor

Figura 1.3.



Fuente: <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistema-emprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor

3.1.3. Emprendimiento

El emprendimiento es una herramienta transversal que caracteriza la efectividad de los sistemas económicos del siglo XXI. Es la herramienta diferenciadora que potencializa el crecimiento de todas las naciones, alimentándose del desarrollo de negocios y oportunidades con visión innovadora, capaces de captar los altos estándares.

Para fomentar el emprendimiento se necesita cultivar tanto destrezas, habilidades, aptitudes y actitudes de nuevos empresarios, como también condiciones idóneas de recursos técnicos y económicos que sólo se consiguen a través de la capacitación profesional.¹⁶

El método estandarizado e integrado de diagnóstico y análisis del nivel de competencia de cada emprendedor, se estudia desde el punto de vista de las tres dimensiones principales¹⁷, que son las competencias humanas como empresario, los atributos tecnológicos de sus productos o servicios es decir el valor agregado que se le incluya y que lo diferencia de los demás y el desarrollo de la empresa inmersa en la estructura competitiva de su nicho de mercado.

¹⁶ <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/que-es-el-emprendedurismo.html> - fecha de consulta 02/06/2014

¹⁷ Nonaka, Ikujiro ; Takeuchi, Hirotaka, la organización creadora del conocimiento, editorial Oxford, México, 1995

3.1.4. Emprendedor

Un emprendedor es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable. Generalmente se describe a una persona emprendedora con términos como: visionario, innovador, creativo, arriesgado, dinámico.¹⁸

En términos generales se define emprendedor a la persona que ejecuta un proyecto con el fin de satisfacer una necesidad, creando e innovando productos o servicios.

3.1.5. Los Retos de fomentar el emprendedurismo¹⁹

Las iniciativas de alcance social tienen uno de los mayores retos para su desarrollo. La legitimidad y credibilidad con la que trabajan dependen de sus resultados, métodos y evolución.

Para lograr fomentar el emprendedurismo es necesario que sea atractivo, que se plantee como un reto y que los obstáculos sean parte de los indicadores para medir el éxito. Fomentar el emprendedurismo significa primero propiciar oportunidades de aprendizaje, en las cuales el fracaso sea visto como una lección; se debe lograr transmitir el gusto por hacer las cosas de manera diferente, y generar espacios donde se puedan compartir experiencias distintas entre personas con intereses similares.

Lograr transmitir el impulso para emprender es uno de los retos más grandes de las estrategias. Se busca transformar una decisión de vida, en una cultura aceptada y apreciada por la sociedad. Su incidencia incumbe tanto a quienes quieren iniciar a emprender, como a quienes ya han establecido un negocio exitoso y deseen apoyar a otros con su experiencia.

Una iniciativa de fomento tiene a su cargo la elaboración creativa y la implementación de programas destinados a varios sectores sociales, principalmente a aquellos que buscan oportunidades para demostrar su talento y enfoque innovador, como lo son las y los universitarios, bachilleres o cualquier otra persona que desee emprender. Los esfuerzos finales están orientados a propiciar un ambiente adecuado para la generación de nuevos negocios.

3.1.6. Formación emprendedora

Como se ha mencionado un emprendedor tiene el potencial para crear una idea, en un proyecto, negocio u oportunidad, del cual logra explotar y obtener un beneficio ya sea social, cultural,

¹⁸ <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/que-es-el-emprendedurismo.html> - fecha de consulta 02/06/2014

¹⁹ <http://thinkandstart.com/2013/los-retos-de-fomentar-el-emprendedurismo/> - Retos de fomentar el emprendedurismo - fecha de consulta 11-7-14

económico u otro, sin embargo es necesario que la persona con el talento sea formada en entidades con programas que logren potenciarlas para su desarrollo a toda expresión.

La formación emprendedora es un recurso, que contribuye especialmente aquella persona visionaria, creativa e innovadora por que brinda la información, los caminos, herramientas y otros aspectos que facilitan y mejoran el desarrollo del emprendedor.

3.2. Perfil del emprendedor

Deben existir dimensiones para el análisis de los elementos de competencias de los emprendedores, entre los cuales es necesario tomar en cuenta las competencias humanas; como fortalecer el espíritu emprendedor con la capacidad y el comportamiento proactivo que permita lograr, desarrollar plenamente un negocio, estableciendo altas metas en la organización y con la claridad de afrontar situaciones difíciles.

Además debe verse reflejado la comunicación efectiva como una capacidad de expresar las propias ideas y entender las de los demás de manera clara y efectiva. Implicando el manejo de contenidos emocionales y racionales, tanto en la comunicación verbal como no verbal; sin duda un punto que no debe faltar en las competencias humanas para formar el perfil de un emprendedor es el liderazgo, para desarrollar la habilidad de dirigir a los otros, comunicando un visión contagiosa, logrando el compromiso y acción de los seguidores, estableciendo límites claros ante las conductas de los demás, llevando de la mano la creatividad como una tendencia constante de realizar cosas nuevas para facilitar o alcanzar resultados. Implicando la posibilidad de generar soluciones novedosas que surgen de la capacidad de ver los problemas o situaciones retadoras desde múltiples o nuevas perspectivas.

Es necesario integrarse satisfactoriamente a un grupo e identificarse con sus objetivos, teniendo la habilidad para el trabajo en equipo ya que de esta manera se aporta información y acciones que beneficien la tarea común, promoviendo la orientación al logro para alcanzar la preferencia de fijarse metas retadoras y luchar para alcanzarlas.

Como mucho se menciona en diferentes ambientes el cliente siempre tiene la razón, aunque literalmente no se dé de esa manera es necesario fortalecer la orientación al cliente fomentando el interés por brindar un servicio enfocado plenamente en la satisfacción pronta y completa de las necesidades de los mismos, considerando que en muchas ocasiones el emprendedor podría atravesar dificultades que imposibiliten las oportunidades de cumplir una determinada meta, ya sea por causa de los propios errores, de terceros o condiciones ajenas a su control, es necesario forjar la capacidad de tolerancia ante la frustración, para evitar que estos malos momentos lleven a una desmotivación completa al emprendedor que lo hagan renunciar a proyectos en proceso.

Los emprendedores en cada momento deben tomar decisiones, la cual es una característica que comparte con los gerentes de empresas, que es a su vez a lo que conduce el emprendedurismo al ser el encargado de un proyecto, que en otras palabras se podría llamar un gerente, encargado de tomar una serie de decisiones grandes y pequeñas que dictaran el funcionamiento de la empresa.

Resumiendo lo anteriormente expuesto el perfil de un emprendedor deberá contener aspectos como:

1. Liderazgo
2. Comunicación efectiva
3. Capacidad y comportamiento proactivo
4. Capacidad para superar la adversidad
5. Trabajo en equipo
6. Capacidad para generar soluciones
7. Orientación al logro
8. Habilidad en la toma de decisiones
9. Orientación al cliente

3.2.1. El emprendedor como un tomador de decisiones

Tomar la decisión correcta cada vez es la ambición de quienes practican la gerencia. Hacerlo requiere contar con un profundo conocimiento, y una amplia experiencia en el tema.

Una decisión es un juicio o selección entre dos o más alternativas, que ocurre en numerosas y diversas situaciones de la vida.

En líneas generales, tomar una decisión implica cinco momentos los cuales se ilustran en el siguiente esquema:

Título: Proceso de toma de decisiones

Figura 1.4.



Fuente: http://www.degerencia.com/tema/toma_de_decisiones

3.2.2. Cómo tomar decisiones

Un emprendedor debe tomar la mejor decisión posible, con la información que tiene disponible la cual generalmente es incompleta. Esto se puede hacer de dos formas: como decisiones intuitivas que son tomadas de forma espontánea y creativa; y las otras son decisiones lógicas o racionales las cuales están basadas en el conocimiento, habilidades y experiencia.

Para estas últimas, la literatura ofrece una amplia gama de herramientas, como: análisis de Pareto, árboles de decisión, análisis costo beneficio, simulación, matriz FODA, modelos y hojas de cálculo, entre otros.²⁰

3.2.3. Desarrollo emprendedor

La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

Qué es motivar²¹, para qué motivar y cómo motivar

Motivar en gerencia es inspirar a la gente, individualmente o en grupo, de manera que produzcan los mejores resultados posibles.

Lograr una fuerza de trabajo motivada es vital para cualquier organización que quiera tener buenos resultados. De allí que motivar a los demás se haya convertido en una habilidad esencial.

Para desatar el potencial de un empleado, las organizaciones se han dado cuenta que deben alejarse de los métodos de comando y control; y acercarse a aconsejar y pactar. Es decir, reconocen que premiar el buen trabajo es más efectivo que amenazar con castigar por un trabajo mal elaborado.

Para motivar a una persona, es necesario descubrir sus propias fuerzas de motivación personal, cada persona es motivada de forma distinta, y tiene fuerzas distintas a los demás.

Desde mediados del siglo XX se ha estudiado el tema de la motivación en las organizaciones, y varias teorías han surgido al respecto. En su mayoría, sostienen que dada la oportunidad, y el estímulo correcto, la gente trabaja bien y en forma positiva.

²⁰http://www.degerencia.com/tema/toma_de_decisiones- Toma de Decisiones fecha de consulta- 07-6-14

²¹ <http://www.degerencia.com/tema/motivacion-> Motivación-fecha de consulta 7-6-14

Aprendizaje de la motivación²²

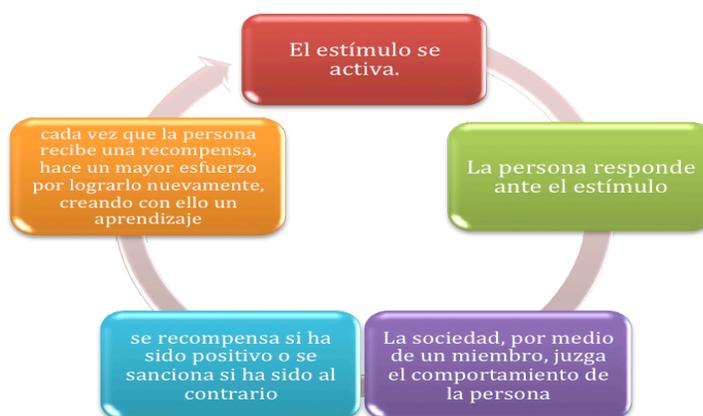
Algunas conductas son totalmente aprendidas; precisamente, la sociedad va moldeando en parte la personalidad. Nacemos con un bagaje instintivo, con un equipo orgánico; pero, la cultura va moldeando el comportamiento y creando necesidades. Las normas morales, las leyes, las costumbres, las ideologías y la religión, influyen también sobre la conducta humana y esas influencias quedan expresadas de distintas maneras. En cualquiera de tales casos, esas influencias sociales externas se combinan con las capacidades internas de la persona y contribuyen a que se integre la personalidad del individuo aunque, en algunos casos y en condiciones especiales, también puede causar la desintegración.

Sucede que lo que una persona considera como una recompensa importante, otra persona podría considerarlo como inútil. Considerando que, un vaso con agua probablemente sería más motivador para una persona que ha estado muchas horas caminando en un desierto con mucho calor, que para alguien que tomó tres bebidas frías en el mismo desierto. E inclusive tener una recompensa que sea importante para los individuos no es garantía de que los vaya a motivar. La razón es que la recompensa en sí no motivará a la persona a menos que sienta que el esfuerzo desplegado le llevará a obtener esa recompensa. Las personas difieren en la forma en que aprovechan sus oportunidades para tener éxito en diferentes trabajos. Por ello se podrá ver que una tarea podría ser considerada por una persona como un medio que le producirá recompensas, quizá sea vista por otra como imposible.

El mecanismo por el cual la sociedad moldea a las personas a comportarse de una determinada manera, se da de la siguiente forma:

Título: Mecanismo de transformación de personas

Figura 1.5.



Fuente: <http://motivacionlaboral.galeon.com/motivacion.htm>

²² <http://motivacionlaboral.galeon.com/motivacion.htm> - Motivación -fecha de consulta 7-6-14

El aprendizaje consiste en adquirir nuevos tipos actuales o potenciales de conducta. Este esquema no sólo es válido para enseñar normas sociales sino, además, cualquier tipo de materia. Una vez que se ha aprendido algo, esto pasa a formar parte del repertorio conductual.

La motivación es un factor que debe interesar a todo emprendedor que deberá estar consciente de la necesidad de establecer sistemas de acuerdo a la realidad de su país y, al hacer esto, deberá tomar en cuenta que la motivación es un factor determinante en el establecimiento de dichos sistemas. Para poder entender las motivaciones en todos estos casos.

Las empresas generalmente están empeñadas en producir más y mejor en un mundo competitivo y globalizado, la alta gerencia de las organizaciones tiene que recurrir a todos los medios disponibles para cumplir con sus objetivos. Estos medios están referidos a: planeamiento estratégico, aumento de capital, tecnología de punta, logística apropiada, políticas de personal, adecuado uso de los recursos, etc.

Obviamente, las estrategias sobre dirección y desarrollo del personal se constituyen como el factor más importante que permitirá coadyuvar al logro de los objetivos empresariales y al desarrollo personal de los trabajadores.

Dentro de este campo, existen complejos procesos que intervienen, tales como:

- Capacitación
- Remuneraciones
- Condiciones de trabajo
- Motivación
- Clima organizacional
- Relaciones humanas
- Políticas de contratación
- Seguridad
- Liderazgo
- Sistemas de recompensa, etc.

En dicho contexto, la motivación del personal se constituye en un medio importante para apuntalar el desarrollo personal de los trabajadores y, por ende, mejorar la productividad en la empresa.

3.3. Oportunidades para el emprendedor

Las oportunidades para un emprendedor se dan en el tipo de capacitaciones que esta pueda recibir para forjar con ello el conocimiento y determinación de las habilidades y potencial que tienen las personas.

La palabra capacitación tiene muchos significados, algunos autores se refieren a un área genérica, llamada desarrollo, que divide en educación y capacitación: la capacitación significa preparar a la persona para el puesto, mientras que el propósito de la educación es preparar a la persona para el ambiente dentro o fuera de su trabajo, con la capacitación se logra el desarrollo profesional para la persona y con ello alcanzar la autorrealización.

La educación profesional es la educación, institucionalizada o no, que busca preparar al ser humano para la vida profesional. Comprende tres etapas interdependientes, pero perfectamente distintas, que son: formación profesional, desarrollo profesional y capacitaciones.²³

3.4. El emprendedurismo en El Salvador.

En El Salvador se están iniciando algunos esfuerzos para fomentar el emprendedurismo, pero estos son aislados ya que no se cuenta con un ecosistema emprendedor debido a que las instituciones impulsadoras no se organizan para consolidar esfuerzos, entre las instituciones que apoyan el emprendedurismo se mencionan:

- El Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENTROMYPE), propicia el fomento de la cultura emprendedora, impulsando y apoyando a jóvenes en el interior del país con capacitación, asistencia técnica y capital semilla para la puesta en marcha de micro emprendimientos.
- La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), impulsó en el país una cultura emprendedora por medio de Seminarios, Conferencias, Talleres de Participación, Concursos, entre otros; a los que la población en general puede acceder y contribuir a cultivar o despertar un hábito emprendedor que favorecerá a la formación y creación de nuevas empresas.
- El Ministerio de Educación (MINED), evalúa y planifica, a través de acciones estratégicas, la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora en el país.
- El Ministerio de Economía (MINEC), se involucra de forma específica en el acompañamiento de este proceso, de forma que pueda capitalizar estas iniciativas como parte del desarrollo de las economías locales y nacionales. En conjunto con el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), crea programas de financiamiento a jóvenes emprendedores.
- El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) desarrolla una programación para jóvenes empresarios que requieran capacitación avanzada en áreas técnicas importantes para el mejor desempeño para las empresas.
- El Programa de Promoción de Innovación Tecnológica de la PYME, PROINNOVA, contribuye a mejorar la competitividad de la pequeña y mediana empresa salvadoreña,

²³ Chiavenato, Idalberto, Administración de recursos humanos, 9° edición, McGraw Hill, pag. 322

permitiéndoles acceder a nuevos y mejores mercados, aprovechando las oportunidades que éstos brindan.

- La Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), a través de su Programa de Innovación Tecnológica, Proinnova y la plataforma First Tuesday reunió a inversionistas y emprendedores para conocer proyectos innovadores en busca de apoyo y capital semilla. Como programa, la meta y tarea es apoyar a los jóvenes emprendedores en el desarrollo y consolidación de sus ideas para que se ejecuten y puedan vincularse con inversionistas nacionales y extranjeros, y con ello fortalecer la economía del país a través de la generación de más empresas, nuevos productos y oportunidades de empleo.

3.5. El Sistema de formación profesional en El salvador

El Sistema dirigido por el INSAFORP, consiste en la unidad funcional del conjunto de elementos humanos y materiales, públicos y privados, establecidos en el país, para la capacitación profesional, entendiéndose ésta última como toda acción o programa, público o privado, diseñado para la capacitación en oficios y técnicas, que proporcione o incremente los conocimientos, aptitudes y habilidades prácticas ocupacionales necesarias para el desempeño de labores productivas, en función del desarrollo socio económico del país y de la dignificación de la persona, la aplicación del sistema de formación profesional se divide en actividades productivas en la cual se señala que la formación profesional se aplicará a los sectores agropecuarios, industrial, comercial, de servicios, agroindustrial y demás actividades productivas, de conformidad con los planes y programas aprobados, es decir a todos los sistemas productivos de la sociedad salvadoreña.

3.5.1. Financiamiento de formación Profesional.

Las cotizaciones patronales consisten en el 1% del valor de la planilla a partir de diez empleados aplicable solamente a los trabajadores permanentes, las cuales son colectadas por el Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

La forma de operación y financiamiento de las capacitaciones en el INSAFORP es la siguiente: se dispone de un centro propio de formación. La ejecución de la formación profesional la desarrolla casi en su totalidad por medio de la contratación de servicios de capacitación a entidades jurídicas y personas naturales, el costo de los cursos y programas de formación incluye:

- Pago del instructor;
- Material didáctico;
- Materiales de práctica;
- Uso de equipos y herramientas;
- Instalaciones e impuestos.

El financiamiento de la formación de los trabajadores activos puede ser en su totalidad provisto por el INSAFORP o bajo el esquema de cofinanciamiento con las empresas.

3.5.2. Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), como ejecutor del sistema de formación ²⁴

Contratando los servicios de INSAFORP, se pueden desarrollar capacitaciones y talleres sobre oficios que los empleados de Típicos Margoth estén interesados en conocer, como lo son el establecimiento, administración y aspectos legales para la formación de micro empresas llámense estas tiendas de conveniencia, comedores, mini restaurantes, salas de belleza, floristerías, bisutería, entre otros.

Una de las opciones para capacitar en aspectos emprendedores a los empleados de Típicos Margoth es que en las capacitaciones y talleres, realizadas a través del INSAFORP, la empresa haga uso del 1% que se cotiza, y el deducible se distribuiría en aportaciones tanto del patrono como de los empleados, que desean capacitarse.

Ahora bien el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), es una institución de derecho público, con autonomía económica y administrativa y con personalidad jurídica, bajo cuya responsabilidad estará la dirección y coordinación del Sistema de Formación Profesional, para la capacitación y calificación de los recursos humanos.

El INSAFORP se creó en cumplimiento a la Ley de Formación Profesional emitida mediante el Decreto N° 554 del 2 de junio de 1993, publicado en el Diario Oficial No. 143, Tomo No. 320, del 29 de julio de 1993.

Tiene como objeto satisfacer las necesidades de recursos humanos calificados que requiere el desarrollo económico y social del país y propiciar el mejoramiento de las condiciones de vida del trabajador y su grupo familiar.

Para cumplir con los objetivos indicados, el INSAFORP puede utilizar todos los modos, métodos y mecanismos que sean aplicables a la formación profesional.

3.6. El Capital semilla en El Salvador

3.6.1. Concepto de capital semilla:²⁵

Es un financiamiento inicial para la creación o consolidación de una empresa.

²⁴ <http://www.insaforp.org.sv/> - información sobre INSAFORP - fecha de consulta 15.5-14

²⁵ <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=300000000000060&idCategoría=9> información sobre el capital semilla, fecha de consulta 8-7-14

El Capital Semilla es un financiamiento inicial es decir fondos que no deben ser devueltos, para la creación de una microempresa o para permitir el despegue y/o consolidación de una actividad empresarial existente. Una vez que el proyecto ya está instalado y funcionando, se puede recurrir a otras líneas de financiamiento para hacer crecer el negocio.

Normalmente este tipo de fondos se orienta a nuevas empresas y negocios que estén en etapa de inicio y que se refieran a temas innovadores, es decir que se trate de productos o servicios que no estén disponibles en el mercado nacional, que tengan oportunidades de crecimiento en el mercado y que cumpla con ofrecer una tecnología nueva desarrollada por quien busca los fondos, o que incorpore nuevas aplicaciones o usos de tecnologías existentes o por último, que permita abordar nuevos nichos de mercado.

El capital semilla en la empresa puede utilizarse para correr con los costes de actividades preliminares como la investigación de mercado y el desarrollo de producto. Los inversores pueden ser los propios fundadores, que utilizan sus ahorros, créditos o indemnizaciones. También pueden ser miembros de la familia y amigos de los fundadores. El capital semilla no tiene por qué ser necesariamente una cantidad demasiado grande ya que está orientado para microempresas, el capital semilla implica un mayor riesgo que la financiación de negocios existentes.

3.6.2. Actividades financiables y no financiables²⁶

Actividades financeable

- Actualización del Plan de Negocios.
- Constitución legal de la empresa.
- Mejoras, perfeccionamiento e Industrialización del prototipo.
- Registro de marcas y/o patentes.
- Estudios especializados de mercado.
- Prospección comercial y tecnológica.
- Promoción comercial.
- Actividades de marketing y publicidad.
- Gestión de ventas.
- Equipamiento productivo.
- Equipamiento tecnológico de oficina.
- Alquiler de infraestructura operacional (no será aceptable que el Centro de Emprendimiento sea el arrendador)

²⁶ http://www.fusades.com.sv/index.php?option=com_k2&view=item&id=211:fondos-capital-semilla&Itemid=231 – información de capital semilla fecha de consulta 8-7-14

- Asesoramiento gerencial y/o tecnológico (el Centro de Emprendimiento podrá cargar hasta el 20% de los recursos aportados por el Fondo)
- Otros aspectos operacionales asociados directamente al proyecto.

Actividades NO financiables

- Inversiones en bienes de capital no fundamentales.
- Compra de inmuebles y vehículos no fundamentales.
- Construcción de obras civiles y edificios, salvo cuando se trate de infraestructura física necesaria para la instalación de equipos, con un costo que no supere el 20% del total del cofinanciamiento.
- Pago de deudas, dividendos o recuperaciones de capital, compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios.
- Pago de tributos nacionales, incluyendo el IVA.

3.6.3. Fondos de capital semilla en El Salvador.

El Ministerio de Economía, a través del Fondo de Desarrollo Productivo FONDEPRO firmó, el 24 de febrero de 2012, con la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social FUSADES el primer convenio de Emprendimiento Dinámico: Capital semilla, con el cual se pretende aportar al desarrollo de la competitividad y la innovación en el país.

FUSADES es la entidad con quien las empresas interesadas de obtener cofinanciamiento firmarán un contrato para que les administre y les dé servicio de asesoría y seguimiento en la elaboración de sus proyectos, es decir FUSADES gestionará el cofinanciamiento ante FONDEPRO, quienes a su vez administrará el dinero garantizando de esa manera que la empresa solicitante lo invertirá para lo que lo ha solicitado.²⁷

A través de los fondos se apoyará la etapa de puesta en marcha de proyectos de emprendimientos dinámicos mediante el mecanismo de cofinanciamiento parcial no reembolsable, con la finalidad de lograr la creación de nuevas empresas generadoras de alto valor agregado, que conlleven a la generación de mayores y mejores empleos e incrementos en el nivel de ingreso de la población salvadoreña.

Con el lanzamiento de esta línea, se persigue apoyar proyectos de emprendedores en la fase de puesta en marcha, cuyas características principales sean las de satisfacer necesidades del mercado a través de innovaciones en productos, procesos, diseños, empaques, modelos de negocio, tecnología, entre otras, para que luego se constituyan jurídicamente en empresas capaces de generar impacto económico a través de la creación de empleos y ventas.

²⁷ http://www.minec.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&catid=1:noticiasciudadano&id=1939:capital-semilla&Itemid=77 información sobre el capital semilla – fecha de consulta 8-7-14.

Los proyectos financiables deben presentar condiciones de crecimiento, innovación o novedad que generen un Emprendimiento Dinámico, los proyectos seleccionados reciben un cofinanciamiento de hasta el 90% del monto del proyecto, por un valor máximo de hasta US\$100.000. El 10% restante podrá ser aportado por el emprendedor, el Centro de Emprendimiento u otra entidad. El Fondo y el Centro de Emprendimiento, firmarán un Convenio en donde se establecerá las obligaciones y derechos para la administración del proyecto.

El emprendedor y el Centro de Emprendimiento firmarán un convenio, con las responsabilidades y funciones de cada uno, la distribución del presupuesto y la propiedad del proyecto. Este convenio, se presentará al FONDEPRO al momento de su postulación y es un requisito esencial.

La línea funcionará a través de los siguientes 8 Centros de Emprendimientos previamente seleccionados:

FEPADE, FUSADES, Universidad Francisco Gavidia, Universidad José Matías Delgado, FUNDES, UCA, ESEN y CENTROMYPE, quienes presentarán a FONDEPRO los proyectos que cumplan las características antes mencionadas. Pueden aplicar, personas naturales o jurídicas que cuenten con proyectos nuevos o recientes, con menos de un año de operación. Asimismo, las instituciones pueden postular sus propios proyectos o proyectos que les lleguen de fuera cuidando de cumplir con las características requeridas.²⁸

3.6.4. Debilidades del ecosistema emprendedor en El Salvador con respecto al modelo de ecosistema emprendedor planteado de manera ideal.

Reafirmando lo dicho al inicio de este apartado el ecosistema emprendedor en El Salvador es muy débil, lo cual debería de ser armonizado y sistematizado adecuadamente a partir de instancias como son Gubernamentales, de educación superior y de financiamiento.

4. MARCO LEGAL

4.1. Constitución de la República de El Salvador

En el artículo 3 de la Constitución de la República se detalla que todas las personas son iguales ante la ley, para el goce de los derechos civiles no podrán establecerse restricciones que se basen en diferencias de nacionalidad, raza, sexo o religión. No se reconocen empleos ni privilegios hereditarios.

En el artículo 38 se expresa que el trabajo estará regulado por un Código que tendrá por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos y

²⁸http://www.minec.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&catid=1:noticiasciudadano&id=1939:capital-semilla&Itemid=77 información sobre el capital semilla – fecha de consulta 8-7-14.

obligaciones. Estará fundamentado en principios generales que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, e incluirá especialmente los derechos siguientes:

1º En una misma empresa o establecimiento y en idénticas circunstancias, a trabajo igual debe corresponder igual remuneración al trabajador, cualquiera que sea su sexo, raza, credo o nacionalidad;

2º Todo trabajador tiene derecho a devengar un salario mínimo, que se fijará periódicamente. Para fijar este salario se atenderá sobre todo al costo de la vida, a la índole de la labor a los diferentes sistemas de remuneración, a las distintas zonas de producción y a otros criterios similares. Este salario deberá ser suficiente para satisfacer las necesidades normales del hogar del trabajador en el orden material, moral y cultural.

En los trabajos a destajo, por ajuste o precio alzado, es obligatorio asegurar el salario mínimo por jornada de trabajo;

3º El salario y las prestaciones sociales, en la cuantía que determine la ley, son inembargables y no se pueden compensar ni retener, salvo por obligaciones alimenticias. También pueden retenerse por obligaciones de seguridad social, cuotas sindicales o impuestos. Son inembargables los instrumentos de labor de los trabajadores;

4º El salario debe pagarse en moneda de curso legal. El salario y las prestaciones sociales constituyen créditos privilegiados en relación con los demás créditos que puedan existir contra el patrono;

5º Los patronos darán a sus trabajadores una prima por cada año de trabajo. La ley establecerá la forma en que se determinará su cuantía en relación con los salarios;

6º La jornada ordinaria de trabajo efectivo diurno no excederá de ocho horas y la semana laboral de cuarenta y cuatro horas.

El máximo de horas extraordinarias para cada clase de trabajo será determinado por la ley.

La jornada nocturna y la que cumpla en tareas peligrosas o insalubres, será inferior a la diurna y estará reglamentada por la ley. La limitación de la jornada no se aplicará en casos de fuerza mayor.

La ley determinará la extensión de las pausas que habrán de interrumpir la jornada cuando, atendiendo a causas biológicas, el ritmo de las tareas así lo exija y la de aquellas que deberán mediar entre dos jornadas.

Las horas extraordinarias y el trabajo nocturno serán remunerados con recargo;

7º Todo trabajador tiene derecho a un día de descanso remunerado por cada semana laboral, en la forma que exija la ley.

Los trabajadores que no gocen de descanso en los días indicados anteriormente, tendrán derecho a una remuneración extraordinaria por los servicios que presten en esos días y a un descanso compensatorio;

8º Los trabajadores tendrán derecho a descanso remunerado en los días de asueto que señala la ley; ésta determinará la clase de labores en que no regirá ésta disposición, pero en tales casos, los trabajadores tendrán derecho a remuneración extraordinaria;

9º Todo trabajador que acredite una prestación mínima de servicios durante un lapso dado, tendrá derecho a vacaciones anuales remuneradas en la forma que determinará la ley. Las vacaciones no podrán compensarse en dinero, y a la obligación del patrono de darlas, corresponde al del trabajador tomarlas;

10º Los menores de catorce años, y los que habiendo cumplido esa edad sigan sometidos a enseñanza obligatoria en virtud de la ley, no podrán ser ocupados en ninguna clase de trabajo. Podrá autorizarse su ocupación cuando se considere indispensable para la subsistencia de los mismos o de su familia, siempre que ello no les impida cumplir con el mínimo de instrucción obligatoria.

La jornada de los menores de dieciséis años no podrá ser mayor de seis horas y de treinta y cuatro semanales, en cualquier clase de trabajo.

Se prohíbe el trabajo a los menores de dieciocho años y a las mujeres en labores insalubres o peligrosas. También se prohíbe el trabajo nocturno a los menores de dieciocho años. La ley determinará las labores peligrosas o insalubres;

11º El patrono que despida a un trabajador sin causa justificada está obligado a indemnizarlo conforme a la ley;

12º La ley determinará las condiciones bajo las cuales los patronos estarán obligados a pagar a sus trabajadores permanentes, que renuncien a su trabajo, una prestación económica cuyo monto se fijará en relación con los salarios y el tiempo de servicio.

La renuncia produce sus efectos sin necesidad de aceptación del patrono, pero la negativa de éste a pagar la correspondiente prestación constituye presunción legal de despido injusto.

En caso de incapacidad total y permanente o de muerte del trabajador, éste o sus beneficiarios tendrán derecho a las prestaciones que recibirán en el caso de renuncia voluntaria.

4.2. Código de Trabajo

En el artículo 54 del Código de Trabajo se establece que el contrato de trabajo termina por mutuo consentimiento de las partes, o por renuncia del trabajador, siempre que consten por escrito; siendo la renuncia la que produce efectos sin necesidad de aceptación del patrono. “Si la terminación del contrato fuere por mutuo consentimiento, no habrá responsabilidades por las partes”.²⁹

4.3. Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria

El pasado 21 de enero del 2014 fue publicado en el Diario Oficial número 12 tomo 402 la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, que fue emitida el 1 de febrero del 2013, la cual establece las condiciones bajo las cuales los patronos estarán obligados a pagar a sus trabajadores permanentes, que renuncien a su trabajo una prestación económica, cuyo monto se fijará en relación con los salarios y el tiempo de servicio.

El Ministerio de Trabajo y Previsión Social, a través de la Dirección General de Inspección de Trabajo, es la institución encargada de velar por el fiel cumplimiento de lo dispuesto en la Ley.

La entrada en vigencia de la misma fue el día uno de enero del año dos mil quince, previa publicación en el Diario Oficial.

Por decreto, la ley tiene por objeto regular las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes que laboren en el sector privado, e instituciones autónomas que generen recursos propios y cuyas relaciones laborales se rigen por el Código de Trabajo gozarán de una prestación económica por la renuncia voluntaria a su empleo.

En el artículo 3 se detallan los aspectos que contendrá la renuncia voluntaria del trabajador, indicando que deberá constar por escrito, debidamente firmada por el trabajador o trabajadora, acompañada de copia de su documento único de identidad, y constar en hojas proporcionadas por la Dirección General de Inspección de Trabajo, del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, o sus dependencias departamentales; o en hojas proporcionadas por los jueces de primera instancia con jurisdicción en materia laboral, en las que se hará constar la fecha de expedición y siempre que hayan sido utilizadas el mismo día o dentro de los diez días siguientes a esa fecha, o en documento privado autenticado, la renuncia produce sus efectos sin necesidad de aceptación del empleador. La negativa de éste a pagar la correspondiente prestación constituye presunción legal de despido injusto.

²⁹ Código de Trabajo, Decreto N°15, publicado en el Diario Oficial N°142, Tomo N°236 de fecha 31 de Julio de 1972 con fecha de su última modificación el 03 de Diciembre de 2013.

En el caso que el trabajador se encuentre con incapacidad total y permanente o de muerte del mismo, éste o sus beneficiarios tendrán derecho a la prestación que recibiría la o el trabajador, por renuncia voluntaria.

En el caso que el empleador se niegue a recibir la renuncia, el trabajador debe abocarse a Ministerio de Trabajo y Previsión Social para que este cite al empleador, con el fin de informarle sobre la decisión de renuncia del trabajador.

Además, es necesario señalar, que la prestación será efectiva cuando el trabajador tenga por lo menos, dos años de servicio continuo y efectivo para un mismo empleador, tal y como se señala en el artículo 5 de la ley.

Más adelante en el artículo 8, se detalla el monto que se otorgará en concepto de indemnización al trabajador, en el cual señala que los trabajadores que renuncien a su empleo después de dos años continuos y efectivos en la empresa recibirán en concepto de prestación un equivalente a quince días de salario básico por cada año de servicio, sin que este salario pueda exceder a dos salarios mínimos, en base al sector al que corresponda y el cual no será afecto a retención del impuesto sobre la renta.

Por otro lado el patrono deberá cancelar la prestación dentro de los quince días posteriores a la fecha en que se haga efectiva la renuncia.

El pago de vacación y aguinaldo a renunciar es abordado en el artículo 9, donde especifica que los trabajadores que renuncien a su empleo, tendrán derecho a recibir, además de la prestación regulada en la ley, el aguinaldo y vacación anual remunerada completa o proporcional.

En el caso en el que en una empresa se produzcan múltiples renunciaciones, la empresa podrá prorrogar el pago de las indemnizaciones de forma parcial hasta por doce meses, mediante pagos mensuales, entendiéndose como múltiples renunciaciones cuando sean iguales o superen al 3% de los trabajadores de la empresa que aparecen como cotizantes del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, y que hayan tomado la opción de renunciar en un mismo mes calendario, de igual forma se entenderá por múltiples renunciaciones cuando el 10% de los trabajadores de una empresa renuncien durante un mismo año.

En el caso en el que las empresas en las que, en virtud de un reglamento interno de trabajo, contrato colectivo, o por costumbre de empresa, existiera una prestación económica por renuncia voluntaria superior a la establecida en la ley, prevalecerá lo dispuesto en dichas fuentes de derecho.

4.4. Aspectos legales de la capacitación

Existen diferentes regulaciones en cuanto a la capacitación que deben recibir los empleados para desarrollar sus actividades con calidad y obteniendo los resultados que se desean dentro de la institución.

- **Promoción y capacitación.**

Los derechos de los trabajadores, respecto al ascenso de puesto de trabajo de acuerdo al tiempo de laborar, las competencias y habilidades que estos poseen son considerados para brindar capacitaciones que permitan mejorar la calidad del trabajo y potenciar las habilidades e intereses de los trabajadores y trabajadoras.

A continuación se detallan los artículos y las leyes de El Salvador en las cuales se encuentra regulada la capacitación.

En el artículo 40 de la Constitución de la República de El Salvador se establece un sistema de formación profesional para la capacitación y calificación de los recursos humanos.

La ley regulará los alcances, extensión y forma en que el sistema debe ser puesto en vigor.

El contrato de aprendizaje será regulado por la ley, con el objeto de asegurar al aprendiz enseñanza de un oficio, tratamiento digno, retribución equitativa y beneficios de previsión y seguridad social.”³⁰

En el artículo 4 de los derechos sociales del trabajador se establece que nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre, la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas.”³¹

Finalmente en el artículo 7 literal c del protocolo de San Salvador muestra el derecho del trabajador a la promoción o ascenso dentro de su trabajo, para lo cual se tendrán en cuenta sus calificaciones, competencia, probidad y tiempo de servicio”³²

³⁰ Reformas a la Constitución de la República de El Salvador, según Decreto Legislativo No. 34 de fecha 27 de mayo de 2009, publicado en el Diario Oficial No. 102, Tomo 383 de fecha 04 de junio de 2009.

³¹http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml/declaracionuniversaldelosderechoshumanos-temática sobre la declaración universal de los derechos humanos – fecha de consulta 14-5-14

³²<http://isd.org.sv/isd/index.php/tratados-internacionales/103-isd/democracia/estudios-y-publicaciones/tratados-internacionales/507-pacto-internacional-de-derechos-economicos-sociales-y-culturales-protocolo-de-san-salvador> - temática sobre pacto internacional de los derechos – fecha de consulta 14-05-14

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPLEADOS DE TÍPICOS MARGOTH RELACIONADO CON EL PLAN DE FORMACIÓN POR RETIRO VOLUNTARIO, PARA CONVERTIRSE EN ENTES PRODUCTIVOS.

1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia del tema radica en la entrada en vigencia de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, planteándose la oportunidad para los empleados de Típicos Margoth y para la empresa, en formarlos como entes productivos, en un ecosistema emprendedor al ampararse a la ley y recibir la prestación económica correspondiente.

Consecuentemente y en vista de que Típicos Margoth está interesada en prever un plan de capacitación para el desarrollo emprendedor del recurso humano, que desee gozar de la prestación económica, se visualizó la oportunidad de elaborar un estudio de factibilidad técnico económico con el fin antes expresado.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

General

Realizar una investigación de campo para conocer la situación actual de los empleados de Típicos Margoth, que deseen ampararse al plan de retiro voluntario para su formación como entes productivos, de tal manera que se logre el desarrollo de personas capaces y bien informadas sobre aspectos emprendedores.

Específicos

- a) Establecer las experiencias y expectativas de capacitación dentro de un ecosistema emprendedor que poseen los empleados de Típicos Margoth.
- b) Evaluar el nivel de compromiso de los empleados, al trabajar en la cadena.
- c) Identificar el conocimiento que poseen los empleados de Típicos Margoth sobre la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.

3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Método de investigación

El método de investigación aplicado es el método científico, el cual consiste en “la observación sistemática de problemas, hipótesis, verificación y obtención de nuevos conocimientos que aciertan o modifican las teorías ya existentes”³³, se considero para la investigación el método deductivo.

3.1.1. Método deductivo

Permite pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares, en la investigación se tomó de base la entrada en vigencia de la Ley de Prestación Económica, aplicable a toda la empresa privada a partir del 1 de enero 2015 evaluando un estudio de factibilidad orientado al desarrollo de personas emprendedoras que laboran en Típicos Margoth.

3.2. Tipo de investigación

En el desarrolló del estudio de factibilidad el tipo de investigación que se utilizó es el correlacional, puesto que este tipo de investigación mide el grado de relación de dos o más variables en un contexto en particular.

3.3. Tipo de diseño de investigación

Se realizó una investigación no experimental, en la cual no se manipulan las variables y se basa en la observación de los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, limitándose a relatar los hallazgos de la relación del problema estudiado.

3.4. Fuentes de información

La obtención de la información para fundamentar la investigación fue a través de dos vías, las fuentes primarias y fuentes secundarias.

³³ Roberto Muñoz Campos, La Investigación Científica año de edición 2009

3.4.1. Fuentes primarias

El equipo de investigación realizó encuestas a los empleados de Típicos Margoth para conocer experiencias y perspectivas de los mismos en aspectos de motivación, conocimiento de la ley, emprendedurismo, entre otras; además, se entrevistó a la gerente general de la empresa para determinar la postura de la compañía ante las situaciones que afectan a sus empleados; otro de los recursos utilizados fue la observación directa.

3.4.2. Fuentes secundarias

Los medios de referencia con los cuales se documentó el trabajo de investigación han sido libros, noticias, leyes y trabajos de graduación, relacionados a estudios de factibilidad, el ecosistema emprendedor y las regulaciones legales que amparan a los trabajadores salvadoreños.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de información

3.5.1. Técnicas

Las técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación fueron:

3.5.1.1. Entrevista

Este método se utilizó como medio de contacto con la gerencia general de Típicos Margoth, en el transcurso de la misma fue necesario recurrir tanto a la entrevista estructurada y no estructurada con la finalidad de ahondar en temas de interés de la investigación.

3.5.1.2. La encuesta

Teniendo en consideración que la encuesta es uno de los métodos más usados, por fundamentarse en un cuestionario o conjunto de preguntas estructuradas, se hizo uso de este para la obtención de la información del personal de Típicos Margoth.

La recolección de la información se realizó por los miembros del equipo de investigación, para conocer al personal con que cuenta la empresa, el nivel de compromiso que estos poseen, el conocimiento de los nuevos aspectos legales que rigen a los trabajadores. Además, este método contribuyó para determinar las expectativas y disponibilidades económicas de los colaboradores para ahorrar e invertir, el nivel de motivación al desarrollarse como personas emprendedoras y la determinación de las experiencias en capacitaciones que han recibido los empleados.

3.5.1.3. La observación directa

El método de la observación directa ha cobrado mayor credibilidad, puesto que permite la obtención de información de manera directa y confiable, evitando el sesgo de información, incluyéndose la manipulación, omisión o falsedad en la información obtenida mediante las encuestas y la entrevista; la observación directa fue aplicada al personal en sus lugares de trabajo, para conocer el desempeño, conocimiento y satisfacción de trabajar en Típicos Margoth. Al aplicar este método se hizo uso de herramientas como libretas de apuntes para anotar aspectos de interés en el desempeño de los trabajadores y recursos audiovisuales como cámaras de video, que sirvieron para analizar el comportamiento de los empleados en sus lugares de trabajo.

3.5.2. Instrumentos

Entre los instrumentos que se utilizaron para llevar a cabo las técnicas anteriormente descritas, se encuentran:

- Cuestionarios, para formular las encuestas.
- Guía de entrevista, utilizada durante las entrevistas.
- Libretas de apuntes, para registrar los datos observados.
- Recursos audiovisuales, como cámaras de video y grabadoras de voz, para razonar la situación de los empleados en sus lugares de trabajo.

3.6. Ámbito de la información

En el desarrollo de la investigación fue necesario abordar a los empleados de Típicos Margoth en sus diferentes áreas de trabajo como:

- Restaurante Central
- Restaurante Escalón
- Restaurante y Centro de Producción
- Restaurante Merliot
- Servicio a domicilio
- Call center
- Personal administrativo

3.7. Unidades de análisis

Las unidades de análisis referidas en el trabajo son identificadas como sujetos y unidades de estudio los cuales se enuncian a continuación:

a) Objeto de estudio

Empresa ARYES, S.A. de C.V. (Típicos Margoth).

b) Unidades de estudio

- Personal del restaurante Central **(20 personas)**
- Personal del restaurante Escalón **(20 personas)**
- Personal del restaurante y Centro de Producción **(26 personas)**
- Personal del restaurante Merliot **(20 personas)**
- Personal de servicio a domicilio **(32 personas)**
- Personal de call center **(8 personas)**
- Personal administrativo **(5 personas)**

3.8. Determinación del universo y muestra

3.8.1. Universo

El universo es el conjunto de unidades de análisis que fueron investigadas, en el caso del estudio de factibilidad técnico y económico que se ha desarrollado, el universo de estudio estuvo compuesto por los empleados de Típicos Margoth y el gerente general.

3.8.2. Población

Se considera población de estudio a todos los elementos de interés para la realización de una investigación; en Típicos Margoth fue necesario estudiar tanto a la población que cumplen los requisitos que establece el artículo 5 de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, el cual señala que los trabajadores para gozar de esta prestación deberán tener por lo menos, dos años de servicio continuo y efectivo para un mismo empleador; como también a los empleados que aun no han llegado al tiempo mínimo para gozar de la prestación. La población total de Típicos Margoth es de 131 empleados, entre jóvenes y adultos.

3.8.3. Muestra

Se establece que la muestra es un subconjunto de la población que posee las mismas características, la investigación se realizó tomando como muestra a empleados de diferentes unidades de trabajo en Típicos Margoth.

3.8.4. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se contó con una población de 131 personas, las cuales son consideradas como trabajadores que pueden ampararse a la ley y formar parte del sector productivo basados en el emprendedurismo; se utilizó el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), debido a que todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser encuestados; se aplicó la fórmula de población finita para determinar el tamaño de la muestra.

La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la población es:³⁴

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

Dónde:

n= Tamaño de muestra

z= Nivel de confianza 95% (Corresponde al nivel de confianza de acuerdo a los valores de la tabla de áreas bajo la curva normal.)

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

N= Población

E= Error muestral

Sustituyendo en la fórmula

n=?

z= 1.96

N= 131

p= 0.50

q= 0.50

E=0.08

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 131}{0.08^2(131 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n= 70 personas

³⁴ Bonilla Gildaberto, Estadística II. 3° edición, UCA editores, 1995, El Salvador, pag. 87

Se utilizó el nivel de confianza del 95% ya que el tamaño de la población es finito, por lo cual se establece que la estimación efectuada es representativa con respecto al universo; la probabilidad de éxito y fracaso fue de 0.50 cada una, debido a la incertidumbre con que se manejan los resultados de la investigación, el margen de error permisible que se consideró para la investigación fue de 8%, el cálculo de estos datos a través de la fórmula determinó el número de empleados que se encuestaron.

3.8.5. Distribución proporcional

La distribución de los cuestionarios se realizó mediante la aplicación de una regla de tres simple, tomando como base el total de la población de los 4 restaurantes, área administrativa, call center y servicio a domicilio (131 trabajadores), distribuidos de la siguiente manera: 86 empleados en área de restaurantes, 32 en servicio a domicilio, 8 en call center y 5 en el área administrativa, cabe mencionar que el cuestionario se empleó para personas de ambos géneros comprendidos entre las edades de 18 a 69 años.

Cuadro 2.1. Resumen de la muestra

Unidades de estudio		Muestra
Área administrativa	Administrador	1
	Asistente administrativo	1
	Contador	1
	Asistente contable	1
Restaurantes	Encargados de restaurantes	8
	Cocineras	24
	Cajeras	8
	Servicios varios	5
Call Center	Operarios de call center	4
Servicio a domicilio	Motoristas	17
Total		70

En el cuadro anterior se detalla cómo se distribuyeron las encuestas, entre el personal de restaurantes, servicio a domicilio, call center y administrativos, de manera proporcional a cada área obteniendo el total de 70 empleados encuestados.

Entre el personal de restaurantes se incluye a trabajadores del área de cocinas, cajeros, encargados de restaurantes, meseras y despachadoras de mesa térmica que son las personas que atienden a los clientes con la comida a la vista, entre otros.

El personal del servicio a domicilio está constituido principalmente por hombres los cuales son motociclistas encargados de la entrega de comida a los clientes que no desean salir de sus casas, además lo conforman los encargados de domicilio que su función principal es coordinar las rutas de despacho.

El personal de Call center se encuentra ubicado en la sucursal Merliot, de los cuales su función principal es la atención a las llamadas de los clientes solicitando algún menú, información de las sucursales y solicitud del servicio a domicilio, entre otros.

En el área administrativa se consideraron al momento de encuestar a la asistente administrativa y contable además del contador general y el administrador.

4- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPLEADOS DE TÍPICOS MARGOTH RELACIONADO CON EL PLAN DE FORMACIÓN POR RETIRO VOLUNTARIO, PARA DESARROLLARSE COMO ENTES PRODUCTIVOS.

4.1. Análisis e interpretación de encuesta dirigida a los empleados de Típicos Margoth.

4.1.1. Datos Generales

Objetivo: Conocer los aspectos generales de los empleados de Típicos Margoth, como el rango de edad predominante, estado civil, el nivel académico alcanzado, el área en el que se desempeña y la antigüedad de laborar en la empresa.

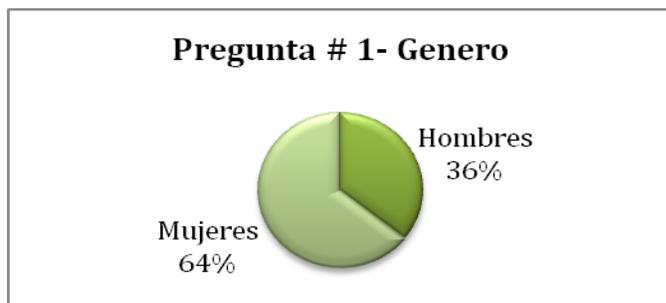
1. Género

Objetivo: Determinar el número de hombres y mujeres encuestados.

Cuadro 2.2.

Pregunta # 1- Género		
	Frecuencia	%
Hombres	25	36%
Mujeres	45	64%
totales	70	100%

Gráfico 2.1.



Interpretación:

A través de esta variable, se identificó que la mayor proporción de la población encuestada es del sexo femenino representada con un 64%, esto se debe a que la actividad principal de la empresa es la manipulación y elaboración de alimentos para el consumo humano por tal razón se demandan más mujeres, y solo el 36% representa el género masculino.

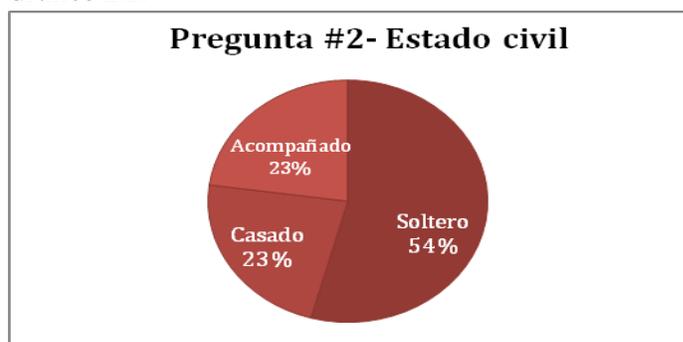
2. Estado civil

Objetivo: Determinar el estado civil de las personas encuestadas.

Cuadro 2.3.

Pregunta #2- Estado civil		
	Frecuencia	%
Soltero	38	54%
Casado	16	23%
Acompañado	16	23%
Viudo	0	0%
Totales	70	100%

Gráfico 2.2.

**Interpretación:**

De los cuatro estados civiles existentes, los solteros sobresalen en la población de empleados de Típicos Margoth representados por más de la mitad, con el 54%, es obvio que este sector logra sobresalir con bajos ingresos por tener menos obligaciones económicas; a continuación se tiene igualdad porcentual del 23% entre los empleados acompañados y casados; obteniendo una inexistencia de empleados viudos.

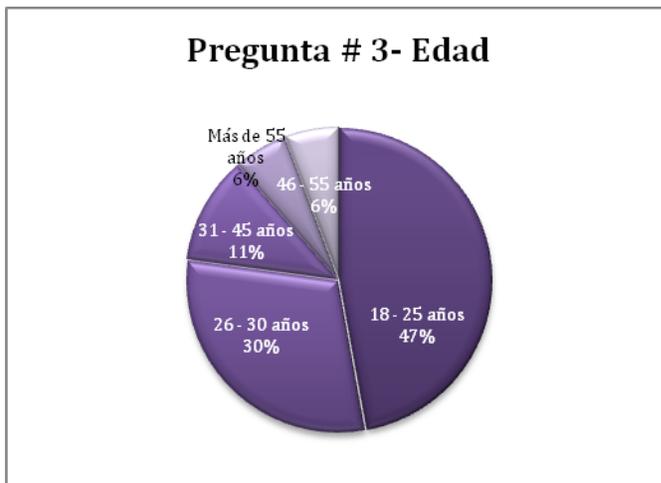
3. Indique el rango de edad en la que usted se encuentra

Objetivo: Determinar la edad de las personas encuestadas.

Cuadro 2.4.

pregunta # 3- Edad		
	Frecuencia	%
18 - 25 años	33	47%
26 - 30 años	21	30%
31 - 45 años	8	11%
46 - 55 años	4	6%
Más de 55 años	4	6%
Totales	70	100%

Gráfico 2.3.



Interpretación:

El rango de edades que predomina entre los trabajadores de la empresa son los jóvenes, comprendidos entre las edades de los 18 a 25 años con una representación del 47%, muchos de los cuales podrían estar experimentando su primer empleo, una diferencia menor son empleados que oscilan en el rango de edades entre 26 y 30 años siendo estos el 30% , una minoría lo conforman personas que oscilan en las edades de más de 31 años de edad, estos representados por el 33% de las personas encuestadas , quienes demandan mayores salarios por las obligaciones familiares relacionadas a colegiatura de hijos, alimentación, vivienda, salud, y créditos, las cuales exigen la búsqueda de mayores ingresos, lo cual obliga a buscar un tipo de empleo que brinde una mayor retribución económica.

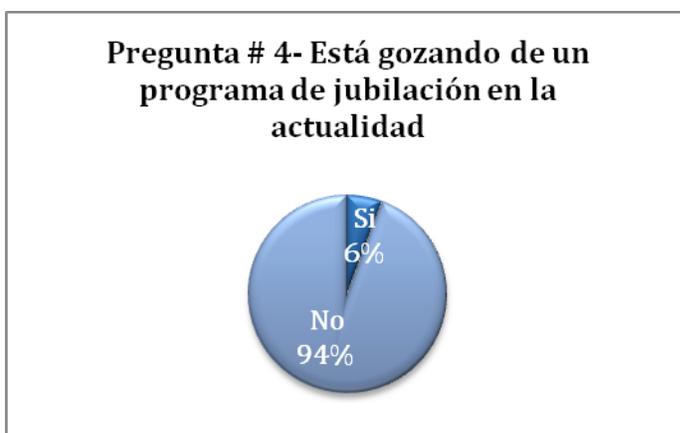
4. ¿Está gozando de un programa de jubilación en la actualidad?

Objetivo: Establecer el número de empleados encuestados que se encuentran jubilados

Cuadro 2.5.

pregunta # 4- Está gozando de un programa de jubilación en la actualidad		
	Frecuencia	%
Si	4	6%
No	66	94%
Total	70	100%

Gráfico 2.4.



Interpretación:

Cabe destacar que la empresa brinda la oportunidad a empleados que se encuentran en programas de jubilación para que mantengan una vida plena y productiva, aunque estos solamente representan el 6% de la población en estudio.

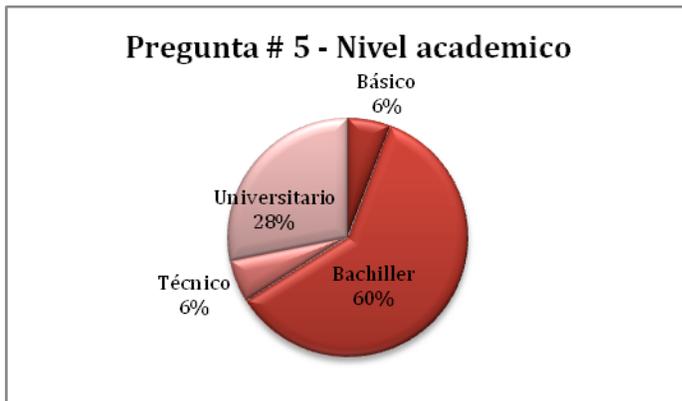
5. Nivel académico

Objetivo: Establecer el grado académico de los empleados.

Cuadro 2.6.

Pregunta # 5 - Nivel académico		
	Frecuencia	%
Básico	4	6%
Bachiller	42	60%
Técnico	4	6%
Universitario	20	28%
Totales	70	100%

Gráfico 2.5.

**Interpretación:**

De los empleados de Típicos Margoth, solo el 6% representa al personal con educación básica, y la mayoría está representado por bachilleres con un 94%, aunque estos con diferentes niveles académicos alcanzados, es decir, el 6% ha logrado un nivel de estudio técnico, el 28% tiene aspiraciones un poco mayores al ser estudiantes universitarios, y el 60% se ha mantenido con el grado de bachiller, dato que puede derivarse por la falta de recursos, oportunidades o interés por continuar sus estudios.

6. Indique cuánto tiempo tiene usted de trabajar en Típicos Margoth

Objetivo: Determinar la antigüedad que tienen los empleados de trabajar en la empresa

Cuadro 2.7.

pregunta # 6 - Tiempo de trabajar en Típicos Margoth		
	Frecuencia	%
Menos de 1 año	8	11%
1-3 años	32	46%
3 - 5 años	13	19%
5 - 7 años	13	19%
Más de 7 años	4	5%
Totales	70	100%

Gráfico 2.6.



Interpretación:

La mayor parte de los trabajadores de Típicos Margoth, cerca del 60% tiene menos de uno a tres años de trabajar en la empresa, seguido por una cantidad menor del 38% que representan a los empleados entre 3 a 7 años y una minoría del 5% representan a los trabajadores con mayor antigüedad pasando de los 7 años de laborar en la empresa.

Es importante resaltar que la empresa decidió indemnizar a la mayoría de su personal en el año 2010, es por ello que la minoría de empleados se encuentra en el rango de 5 a más años de laborar en Típicos Margoth.

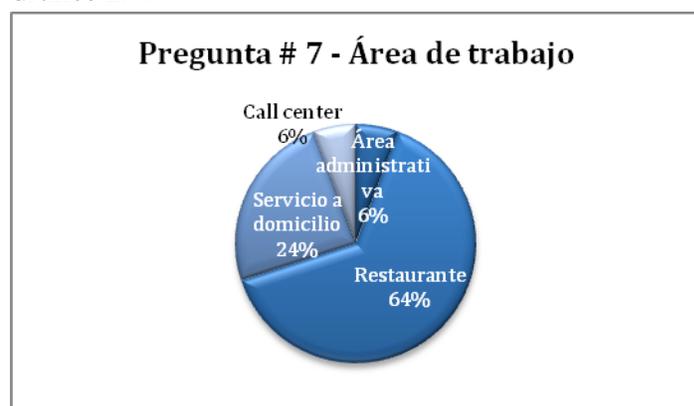
7. ¿En qué área desempeña sus labores?

Objetivo: Establecer en qué área de la empresa se desempeña el trabajador

Cuadro 2.8.

pregunta # 7 - Área de trabajo		
	Frecuencia	%
Área administrativa	4	6%
Restaurante	45	64%
Servicio a domicilio	17	24%
Call center	4	6%
Totales	70	100%

Gráfico 2.7.

**Interpretación:**

Las áreas que presentan menor cantidad de empleados encuestados son call center y el área administrativa que en total suman el 12%, debido a que son unidades con baja necesidad de empleados; el 24% está conformado por el personal de servicio a domicilio para satisfacer los requerimiento de los clientes hasta el lugar donde es solicitado, y el área de restaurantes asciende a más del 60% de los empleados, debido al giro principal de Típicos Margoth, es decir la preparación y venta de alimentos.

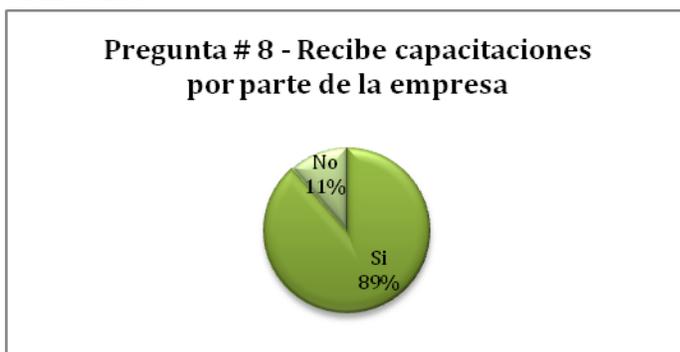
8. ¿Recibe usted capacitaciones por parte de la empresa?

Objetivo: Determinar si la empresa capacita a sus empleados

Cuadro 2.9.

pregunta # 8 - Recibe capacitaciones por parte de la empresa		
	Frecuencia	%
Si	62	89%
No	8	11%
Totales	70	100%

Gráfico 2.8.



Interpretación:

El 89% de los empleados dijo haber recibido diferentes capacitaciones brindadas por la empresa, existiendo solo una pequeña cantidad de trabajadores representados por el 11% que hasta el momento no han recibido este tipo de prestación.

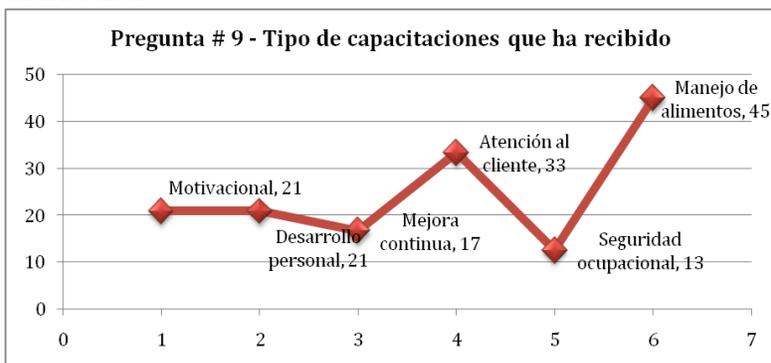
9. ¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido?

Objetivo: Verificar si el empleado recibe capacitaciones adicionales a las normadas por la ley que rige especialmente a los restaurantes como es el manejo de alimentos, seguridad e higiene ocupacional, regulaciones sanitarias, entre otras.

Cuadro 2.10.

pregunta # 9 - Tipo de capacitaciones que ha recibido		
	Frecuencia	%
Motivacional	21	14%
Desarrollo personal	21	14%
Mejora continua	17	11%
Atención al cliente	33	22%
Seguridad ocupacional	13	8%
Manejo de alimentos	45	31%
Totales	149	100%

Gráfico 2.9.

**Interpretación:**

Existen diferentes capacitaciones que Típicos Margoth brinda a sus empleados, de las cuales la empresa se interesa principalmente en impartir dos tipos de estas como lo son el manejo de alimentos con el 31% y atención al cliente con el 22%; además, se encuentran otro tipo de formaciones otorgadas al personal pero con menor porcentaje, como del desarrollo personal y motivacionales con un 14% cada uno, mejora continua con el 11%, siendo la formación en seguridad ocupacional la que con menor frecuencia se ha impartido, únicamente del 8%.

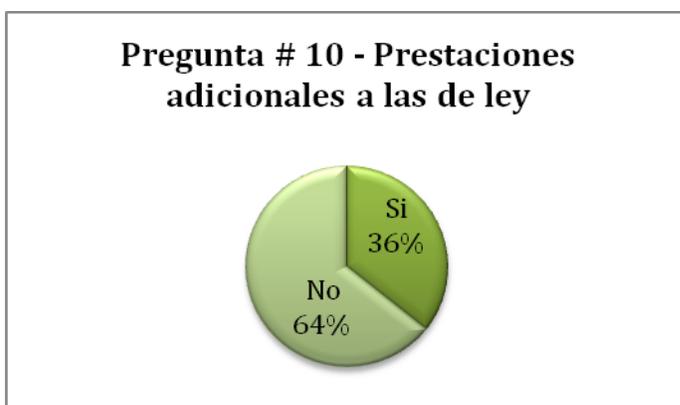
10. ¿Recibe prestaciones adicionales a la Ley?

Objetivo: Determinar si el empleado recibe prestaciones adicionales a la ley.

Tabla 2.11.

pregunta # 10 - Prestaciones adicionales a las de ley		
	Frecuencia	%
Si	25	36%
No	45	64%
Totales	70	100%

Gráfico 2.10.



Interpretación:

Un 36% de trabajadores señaló recibir prestaciones adicionales a las que se encuentran establecidas en la ley, por el contrario el personal que dijo no recibirlas asciende al 64% de las personas consultadas.

La mayoría de trabajadores no logran visualizar las diferencia entre prestaciones de ley y prestaciones por política de empresa las cuales buscan motivar a sus colaboradores; según la información obtenida por la entrevista y observación directa, se determinó que la empresa sí proporciona prestaciones adicionales a las de ley, como viajes de integración a la playa, préstamos personales sin intereses, costos de clases de manejo de vehículos, entre otros; otra razón por la cual el personal desconoce este tipo de prestación, es porque aun no han tenido la oportunidad de beneficiarse.

4.1.2. Aspectos de motivación y autorrealización

Objetivo: Conocer el grado de motivación que tienen los empleados al trabajar en Típicos Margoth, en aspectos relacionados a la orientación que recibe de los superiores, el conocimiento que tiene del trabajo que desempeña, el nivel de estrés que causa trabajar en la empresa y la perspectiva que tiene el empleado acerca del salario que recibe.

11. ¿Cuán eficaz es la orientación que recibe de su supervisor?

Objetivo: Verificar si la orientación que recibe el empleado es la necesaria para el desarrollo de sus labores.

Cuadro 2.12.

Pregunta # 11 - Orientación que recibe del supervisor		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
7	13	19%
8	25	36%
9	28	40%
10	4	6%
Totales	70	100%

Gráfico 2.11.

**Interpretación:**

La orientación que brindan los supervisores de Típicos Margoth es reconocida como excelente por el 46% de empleados, mientras que un 55% dijo recibir una muy buena orientación, logrando así la satisfacción de los empleados con las instrucciones que se les brinda.

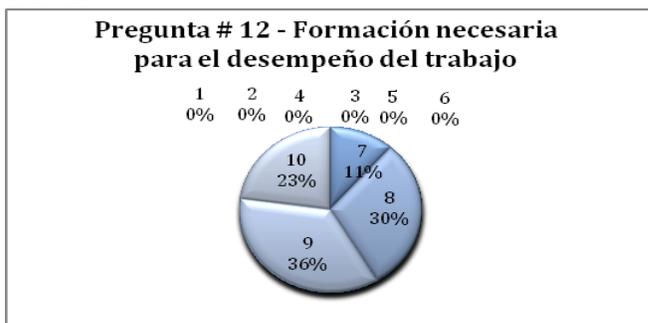
12. ¿Recibe la formación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo?

Objetivo: Verificar si el empleado está siendo capacitado para desarrollar sus labores.

Cuadro 2.13.

Pregunta # 12 - Formación necesaria para el desempeño del trabajo		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
7	8	11%
8	21	30%
9	25	36%
10	16	23%
Totales	70	100%

Gráfico 2.12.



Interpretación:

La percepción que tienen los empleados sobre la formación que reciben por parte de la empresa, para el desarrollo pleno de sus actividades es aceptable, puesto que ninguno de los trabajadores consideró el no recibir capacitación alguna, por el contrario establecieron recibir muy buena formación el 41% y más de la mitad el 59% consideró recibir excelentes capacitaciones mostrando satisfacción plena de la formación que brinda la empresa.

13. ¿La empresa le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional?

Objetivo: Determinar si la empresa da las oportunidades a sus empleados para que progresen profesionalmente para lograr su autorrealización.

Cuadro 2.14.

Pregunta # 13 - Oportunidades por la empresa para el desarrollo profesional		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	4	6%
6	8	11%
7	0	0%
8	25	36%
9	17	24%
10	16	23%
Totales	70	100%

Gráfico 2.13.

**Interpretación:**

Se determinó que los empleados de Típicos Margoth logran ver oportunidades para el desarrollo profesional que otorga la empresa, mostrándose un 83% con una excelente aceptación de las oportunidades, el 17% establece que hay buenas oportunidades y ninguno expresó que estas sean inexistentes.

14. ¿Cuán motivado está con su empleador?

Objetivo: Determinar la satisfacción del empleado al laborar en la empresa.

Cuadro 2.15.

Pregunta # 14 - Motivación con el empleador		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
7	4	6%
8	21	30%
9	28	40%
10	17	24%
Totales	70	100%

Gráfico 2.14.



Interpretación:

Los empleados establecieron estar muy cómodos al trabajar en Típicos Margoth considerando que el 64% de los trabajadores manifiestan tener excelente motivación al trabajar en esta cadena y el 36% lo calificaron entre bueno y muy bueno, sin embargo ninguno se encuentra desmotivado desempeñándose en la empresa.

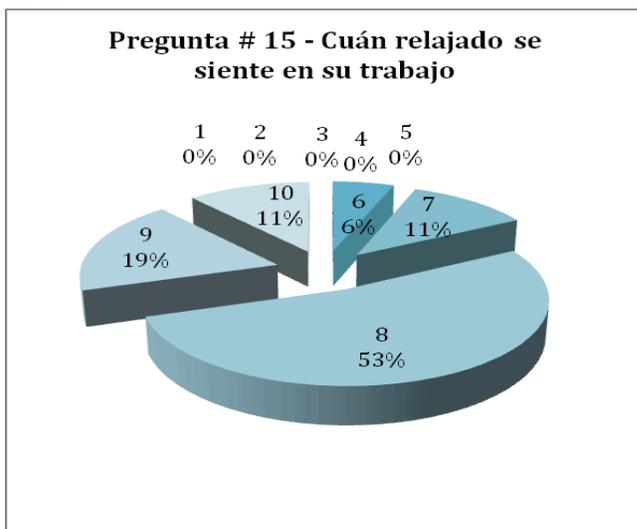
15. ¿Cuán relajado se siente en su trabajo?

Objetivo: Establecer el grado de estrés que causa a los empleados trabajar en la empresa.

Cuadro 2.16.

Pregunta # 15 - Cuán relajado se siente en su trabajo		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	4	6%
7	8	11%
8	37	53%
9	13	19%
10	8	11%
Totales	70	100%

Gráfico 2.15.



Interpretación:

El nivel de estrés que los trabajadores sienten al desempeñarse es bastante bajo, puesto que el 64% calificó como muy bajo el nivel de intranquilidad que representa trabajar en la empresa, el 30% muestran tener excelentes condiciones de satisfacción en Típicos Margoth, y la menor satisfacción fue determinada solamente por el 6% de la población.

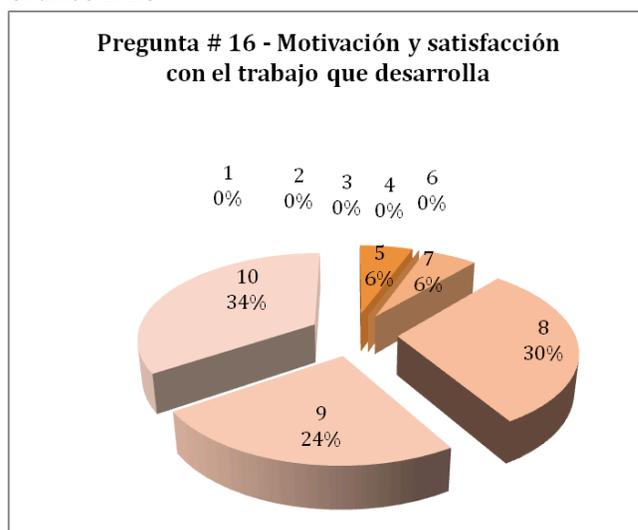
16. ¿Está motivado y le gusta el trabajo que desarrolla?

Objetivo: Determinar si el trabajador está satisfecho con el trabajo que desempeña.

Cuadro 2.17.

Pregunta # 16 - Motivación y comodidad con el trabajo que desarrolla		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	4	6%
6	0	0%
7	4	6%
8	21	30%
9	17	24%
10	24	34%
Totales	70	100%

Gráfico 2.16.



Interpretación:

El 58% de los empleados califican excelente el nivel de motivación en el ámbito que se desempeñan; un 36% lo calificó como muy bueno. A raíz de estos porcentajes se puede deducir que los empleados en su mayoría han sido bien seleccionados de acuerdo a los requerimientos de cada área de trabajo, sin embargo, existe un 6% de empleados insatisfechos, o poco motivados con sus labores.

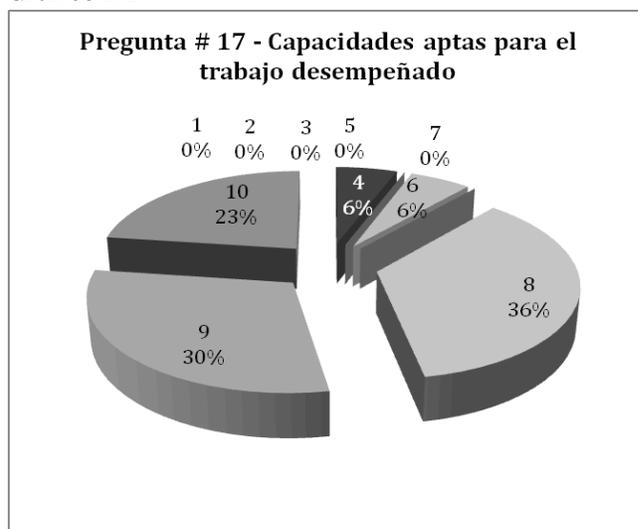
17. ¿Considera que el trabajo que desempeña esta de acorde a sus capacidades?

Objetivo: Determinar si el empleado cree tener las competencias necesarias para el trabajo desempeñado.

Cuadro 2.18.

Pregunta # 17 - Capacidades aptas para el trabajo desempeñado		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	4	6%
5	0	0%
6	4	6%
7	0	0%
8	25	36%
9	21	30%
10	16	23%
Totales	70	100%

Gráfico 2.17.



Interpretación:

Un poco mas del 50% de los empleados califican como excelentes sus capacidades para desempeñar el trabajo que le han asignado; un 36% como muy buena y un 12% consideran que sus capacidades no son muy aptas para desarrollar su trabajo.

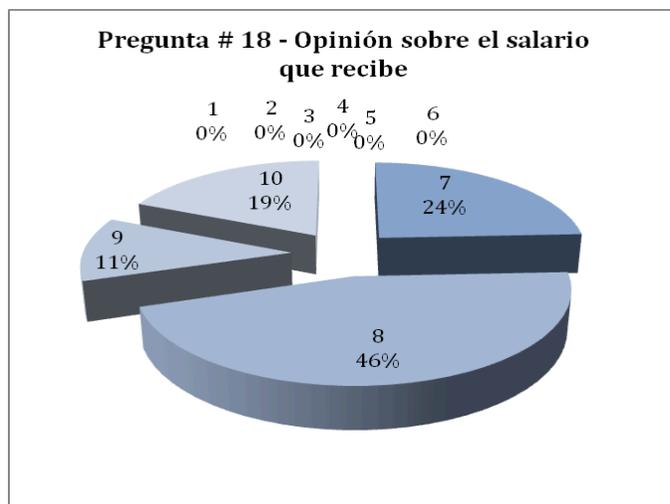
18. ¿Cuál es su opinión sobre el salario que recibe?

Objetivo: Establecer el grado de satisfacción que tienen los empleados con el salario que reciben por realizar el trabajo asignado.

Cuadro 2.19.

Pregunta # 18 - Opinión sobre el salario que recibe		
Calificación	Frecuencia	%
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	0	0%
6	0	0%
7	17	24%
8	32	46%
9	8	11%
10	13	19%
Totales	70	100%

Gráfico 2.18.



Interpretación:

El 30% de los trabajadores manifestó estar completamente de acuerdo con el salario que reciben, mientras que un 70% coinciden en estar muy de acuerdo con el nivel salarial, esto muestra que el rango salarial está vinculado a las capacidades personales y al trabajo desarrollado por los empleados.

4.1.3. Aspectos legales

Objetivo: Analizar el grado de conocimiento que poseen los empleados sobre la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, en temas como la fecha de entrada en vigencia, el objeto de la ley, el monto de indemnización y el número de trabajadores que optarían por ampararse a esta.

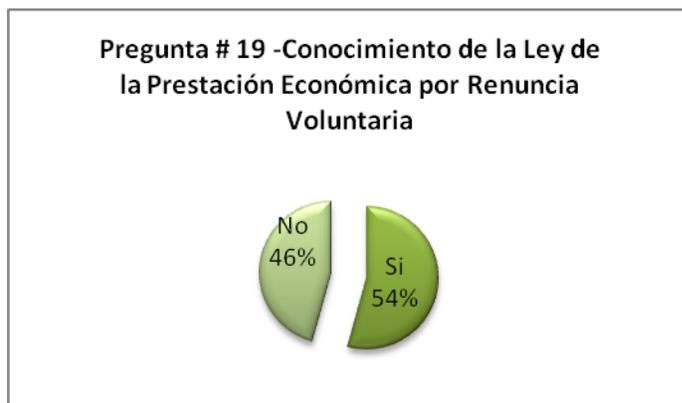
19. ¿Tiene conocimiento de la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria?

Objetivo: Determinar si el empleado conoce la Ley por Renuncia Voluntaria.

Cuadro 2.20.

Pregunta # 19 -Conocimiento de la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria		
	Frecuencia	%
Si	38	54%
No	32	46%
Totales	70	100%

Gráfico 2.19.



Interpretación:

Cuatro puntos arriba de la mitad de asalariados en Típicos Margoth poseen conocimiento a cerca de la nueva Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria; pero el 46% de empleados dijo desconocer las aspectos de la ley.

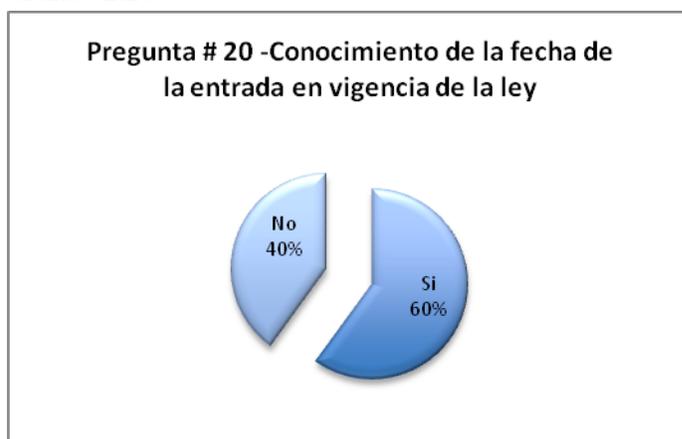
20. A partir del 1 de enero del 2015 entrará en vigencia la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la cual ampara al empleado que desee retirarse. ¿Tiene conocimiento de ello?

Objetivo: Establecer si el empleado conoce que la ley por Renuncia Voluntaria entrará en vigencia el 1 de enero del 2015.

Cuadro 2.21.

Pregunta # 20 -Conocimiento de la fecha de la entrada en vigencia de la ley		
	Frecuencia	%
Si	42	60%
No	28	40%
Totales	70	100%

Gráfico 2.20.



Interpretación:

El conocimiento que manifestaron los empleados de Típicos Margoth de la entrada en vigencia el 1 de enero del 2015 de la nueva ley, es representado por el 60% de personas, mientras que el 40% de los encuestados lo desconocen.

21. ¿Conoce usted que el objeto de la Ley es regular las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes, recibirán una prestación económica por la renuncia voluntaria a su empleo?

Objetivo: Establecer si el empleado conoce el objetivo de la ley.

Cuadro 2.22.

Pregunta # 21 -Conocimiento sobre el objeto de la ley		
	Frecuencia	%
Si	42	60%
No	28	40%
Totales	70	100%

Gráfico 2.21.

**Interpretación:**

Al consultarle al empleado si conocía el objeto de la ley, el 60% de los trabajadores de Típicos Margoth manifestaron estar informados sobre dicho objeto, mientras que un 40% no tiene conocimiento de ello.

22. Según la Ley, el trabajador en concepto de indemnización podrá recibir hasta un salario mínimo de indemnización. ¿Tiene conocimiento de ello?

Objetivo: Determinar si el empleado conoce a cuánto asciende la indemnización para el trabajador según la ley.

Cuadro 2.23.

Pregunta # 22 -Conocimiento del monto de indemnización		
	Frecuencia	%
Si	33	47%
No	37	53%
Totales	70	100%

Gráfico 2.22.



Interpretación: A pesar de lo determinado en la pregunta # 21, de que el 60% de empleados conocen el objeto de la Ley; únicamente un 47% conocen el monto indemnizable y, tres puntos arriba de la mitad lo desconocen.

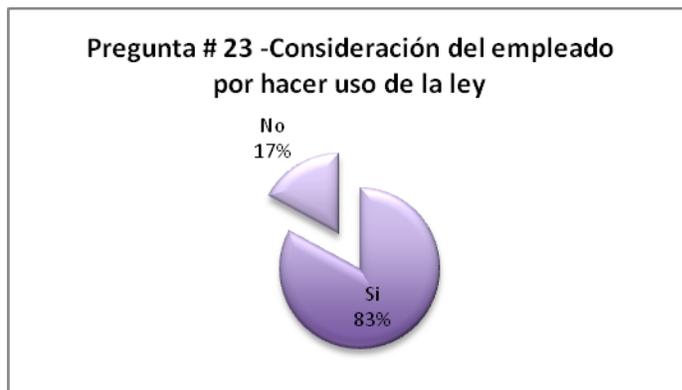
23. En el caso que se le presentara la oportunidad de hacer uso del tipo de prestación por retiro voluntario. ¿Consideraría usted hacer uso de ella?

Objetivo: Determinar el número de empleados que se ampararía a la ley.

Cuadro 2.24.

Pregunta # 23 -Consideración del empleado por hacer uso de la ley		
	Frecuencia	%
Si	58	83%
No	12	17%
Totales	70	100%

Gráfico 2.23.



Interpretación:

La mayoría de trabajadores formada por el 83% manifestaron su acuerdo en considerar ampararse a la Ley, únicamente un 17% no mostró interés en hacer uso de esta nueva prestación.

4.1.4. Aspectos económicos

Objetivo: Conocer los aspectos financieros de los empleados, relacionados a los ingresos mensuales familiares y su capacidad para el ahorro y/o inversión.

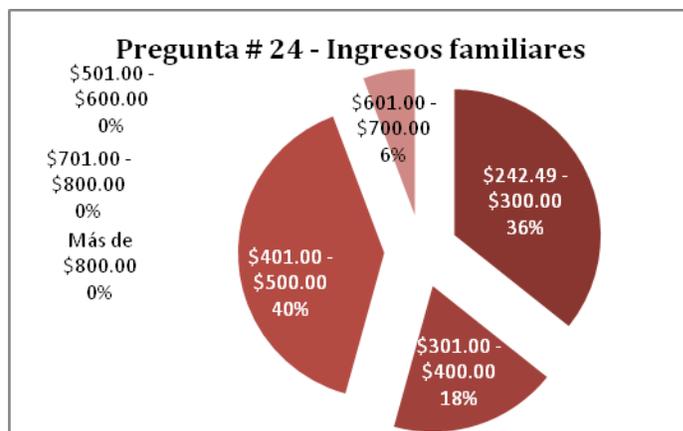
24. Indique en cuál de los siguientes rangos, se encuentran sus ingresos familiares mensualmente.

Objetivo: Establecer los ingresos familiares de los empleados mensualmente.

Cuadro 2.25.

Pregunta # 24 - Ingresos familiares		
	Frecuencia	%
\$242.49 - \$300.00	25	36%
\$301.00 - \$400.00	13	19%
\$401.00 - \$500.00	28	40%
\$501.00 - \$600.00	0	0%
\$601.00 - \$700.00	4	6%
\$701.00 - \$800.00	0	0%
Más de \$800.00	0	0%
Totales	70	100%

Gráfico 2.24.



Interpretación:

El rango de ingresos familiares que predomina en la población encuestada oscila entre \$401.00 a \$500.00 formado por el 40% de las personas encuestadas, únicamente un 6% de trabajadores establecieron tener ingresos superiores a los \$500.00 y el 54% de personas se encuentran con ingresos entre \$242.49 a \$400.00.

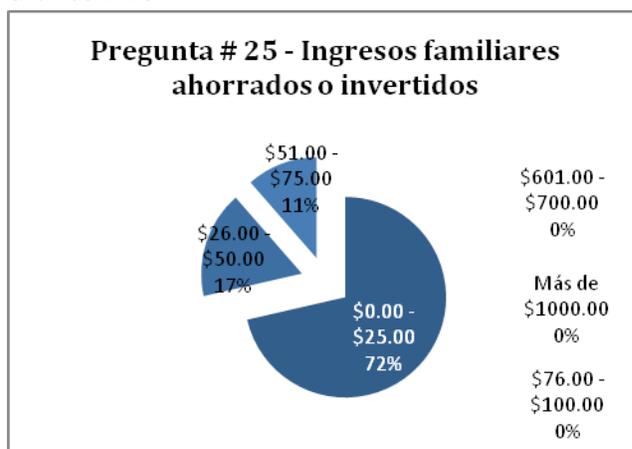
25. De sus ingresos familiares. ¿Cuánto destina al ahorro o inversión?

Objetivo: Determinar si el empleado ahorra o invierte una proporción de sus ingresos.

Cuadro 2.26.

Pregunta # 25 - Ingresos familiares ahorrados o invertidos		
	Frecuencia	%
\$0.00 - \$25.00	50	72%
\$26.00 - \$50.00	12	17%
\$51.00 - \$75.00	8	11%
\$76.00 - \$100.00	0	0%
\$601.00 - \$700.00	0	0%
Más de \$1000.00	0	0%
Totales	70	100%

Gráfico 2.25.



Interpretación:

El 72% de la población encuestada, compuesta por 50 trabajadores, no cuentan con la capacidad para destinar una pequeña cantidad de sus ingresos al ahorro o inversión; sin embargo, un pequeño grupo de empleados conformado por el 28% designan al ahorro o inversión cantidades entre \$26.00 a \$75.00.

26. Si usted decidiera ampararse a la Ley de Retiro Voluntario, ¿En cuál de las siguientes opciones invertiría su indemnización?

Objetivo: Establecer el uso que le daría el empleado a la indemnización que recibiría si decidiera ampararse a la ley.

Cuadro 2.27.

Pregunta # 26 - Opciones para invertir la indemnización		
	Frecuencia	%
Consumo	13	19%
Ahorro	21	30%
Inversión	36	51%
Totales	70	100%

Gráfico 2.26.



Interpretación:

El 51% de los trabajadores manifestaron su motivación a destinar la indemnización por retiro voluntario a la inversión, mientras que el 30% estableció su preferencia por orientarlo al ahorro y solamente un 19% preferiría consumirlo o gastarlo.

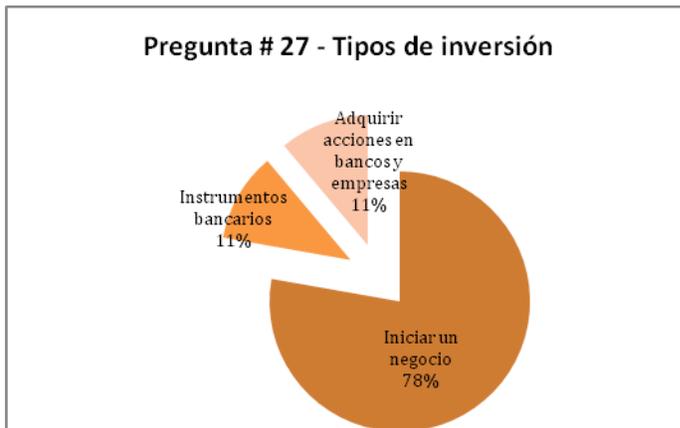
27. Si su respuesta fue invertir. ¿En cuáles de las siguientes opciones destinaria su inversión?

Objetivo: Determinar el tipo de inversión que el empleado estaría dispuesto a realizar.

Cuadro 2.28.

Pregunta # 27 - Tipos de inversión		
	Frecuencia	%
Iniciar un negocio	28	78%
Instrumentos bancarios	4	11%
Adquirir acciones en bancos y empresas	4	11%
Totales	36	100%

Gráfico 2.27.

**Interpretación:**

De los empleados que en la pregunta 26 optaron por la opción de invertir, el 78% de ellos mostraron su preferencia por orientar su indemnización en iniciar un negocio propio, y el 22% a invertirlo en instrumentos bancarios o en adquirir acciones.

4.1.5. Aspectos emprendedores

Objetivo: Determinar el grado de conocimiento que tienen los empleados sobre el ecosistema emprendedor y en aspectos como, el considerarse un emprendedor, el conocimiento sobre los medios de financiamiento que otorga el ecosistema, como el capital semilla, a la vez de conocer la disponibilidad de los mismos en formar parte del ecosistema emprendedor.

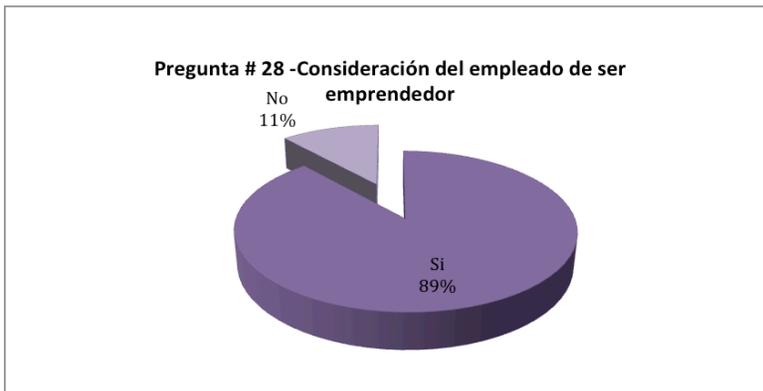
28. Un emprendedor es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable. De acuerdo a la definición anterior, ¿Se considera un emprendedor?

Objetivo: Determinar si el empleado considera ser un emprendedor.

Cuadro 2.29.

Pregunta # 28 -Consideración del empleado de ser emprendedor		
	Frecuencia	%
Si	62	89%
No	8	11%
Totales	70	100%

Gráfico 2.28.

**Interpretación:**

Conociendo el concepto que un emprendedor es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto, el 89% de la población encuestada consideró ser emprendedor y un porcentaje inferior del 11% manifestó no formar parte de este sector.

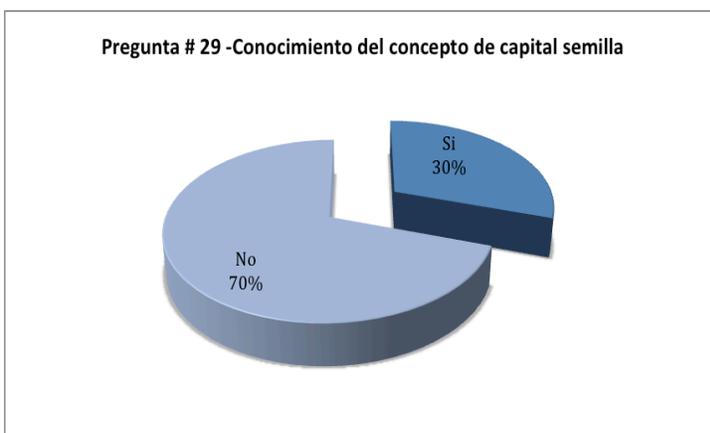
29. El capital semilla es un financiamiento inicial para la creación o consolidación de una empresa, en la cual los fondos no deben ser devueltos. ¿Tiene conocimiento usted de ello?

Objetivo: Establecer el grado de conocimiento que tienen los empleados sobre el financiamiento por capital semilla.

Cuadro 2.30.

Pregunta # 29 -Conocimiento del concepto de capital semilla		
	Frecuencia	%
Si	21	30%
No	49	70%
Totales	70	100%

Gráfico 2.29.



Interpretación:

De las 70 personas encuestadas, el 70% establecieron no tener conocimiento que el capital semilla es un financiamiento inicial para la creación o consolidación de una empresa, sin que los fondos deban ser devueltos; y el 30% de los trabajadores mostraron tener un conocimiento básico de este medio de financiamiento.

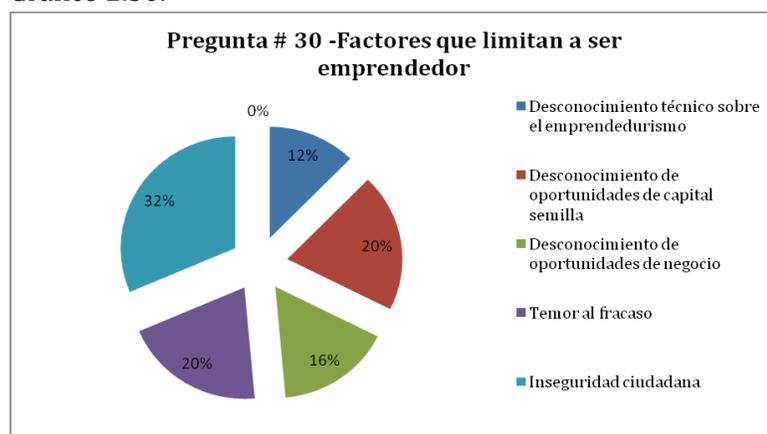
30. ¿Qué factores considera que le han limitado como emprendedor?

Objetivo: Determinar los aspectos que el empleado considera lo abstienen a ser un emprendedor.

Cuadro 2.31.

Pregunta # 30 -Factores que limitan a ser emprendedor		
	Frecuencia	%
Desconocimiento técnico sobre el emprendedurismo	13	12%
Desconocimiento de oportunidades de capital semilla	21	20%
Desconocimiento de oportunidades de negocio	17	16%
Temor al fracaso	21	20%
Inseguridad ciudadana	33	32%
Otros	0	0%
Totales	105	100%

Gráfico 2.30.

**Interpretación:**

El 32% de la población encuestada opinan que el factor que limita a ser emprendedor es la inseguridad ciudadana, un porcentaje igualatorio del 20% manifiesta que los factores que limitan a ser emprendedor son el temor a fracasar y desconocimiento de oportunidades del capital semilla, mientras que un 16% de trabajadores piensan que es el factor desconocimiento de oportunidades de negocio y finalmente el 12% de empleados opinaron que el factor que más limita es no tener conocimiento técnico sobre emprendedurismo.

31. El Fondo de Desarrollo Productivo FONDEPRO es la entidad que cofinancia el capital semilla en El Salvador con el cual se pretende aportar al desarrollo de la competitividad y la innovación en el país, ¿tiene usted conocimiento de esto?

Objetivo: Establecer si el empleado conoce que el capital semilla es financiado en el país a través de FONDEPRO

Cuadro 2.32.

Pregunta # 31 -Conocimiento sobre la entidad cofinanciadora del capital semilla		
	Frecuencia	%
Si	0	0%
No	70	100%
Totales	70	100%

Gráfico 2.31.



Interpretación:

El total de la población en estudio, desconoce que el Fondo de Desarrollo Productivo FONDEPRO, es la institución cofinanciadora del capital semilla en El Salvador, con el fin de fomentar el desarrollo económico del país, impulsando proyectos con potencial de crecimiento, innovadores y con ventajas competitivas.

32. Si el plan de negocios o el proyecto que el emprendedor desea implementar es seleccionado por FONDEPRO, el cofinanciamiento es de hasta el 90% del monto total del proyecto, ¿considerando esta información, pensaría hacer uso de este capital semilla?

Objetivo: Determinar el número de empleados que conocen el monto de financiamiento que se otorga con el capital semilla.

Cuadro 2.33.

Pregunta # 32 -Consideración del empleado a recurrir al capital semilla		
	Frecuencia	%
Si	62	89%
No	8	11%
Totales	70	100%

Gráfico 2.32.



Interpretación:

Informándoles a los trabajadores que FONDEPRO financia hasta el 90% del monto total y lo que persigue es apoyar proyectos de emprendedores; un 89% de los trabajadores si optarían por hacer uso del capital semilla y solo el restante del 11% no consideraría recurrir a este tipo de cofinanciamiento.

4.1.6. Aspectos de capacitación

Objetivo: Establecer la disponibilidad de los empleados en formar parte de programas de capacitación, orientados al desarrollo emprendedor, estableciendo las áreas de interés de los trabajadores para capacitarse y las actividades a las que estos prefieren enfocarse.

33. Dada la información que ahora usted posee. ¿Estaría interesado a conocer sobre programas de emprendedurismo?

Objetivo: Determinar el interés de los empleados de recibir programas de emprendedurismo.

Cuadro 2.34.

Pregunta # 33 -Interés por recibir programas de emprendedurismo		
	Frecuencia	%
Si	66	94%
No	4	6%
Totales	70	100%

Gráfico 2.33.



Interpretación:

Un alto porcentaje, representado por el 94% de trabajadores, manifestaron su interés en recibir programas de emprendedurismo, que les permita impulsarse como micro empresarios, que a la vez les ayude al desarrollo de oportunidades de inserción a la vida productiva de nuestro país, y solamente un 6% no está interesado en recibir programas de emprendedurismo.

34. ¿Estaría dispuesto a formar parte de un programa de capacitación para su desarrollo emprendedor?

Objetivo: Analizar el número de empleados que está interesado en recibir capacitaciones para su desarrollo emprendedor

Cuadro 2.35.

Pregunta # 34 -interés por asistir a programa de capacitación para el desarrollo emprendedor		
	Frecuencia	%
Si	62	89%
No	8	11%
Totales	70	100%

Gráfico 2.34.



Interpretación:

De los 70 trabajadores encuestados, el 89% de ellos mostraron su iniciativa en formar parte de un programa de capacitación para el desarrollo emprendedor y solamente un 11% de los trabajadores manifestaron su falta de interés por adherirse a un programa de capacitación con finalidad emprendedora.

35. Dado el interés que usted pueda tener para iniciar un negocio, ¿qué área presenta mayores oportunidades según su criterio?

Objetivo: Determinar el área de preferencia del empleado para iniciar un negocio.

Cuadro 2.36.

Pregunta # 35 -Áreas de oportunidades para iniciar un negocio		
	Frecuencia	%
Comercio	50	72%
Servicios	17	24%
Fabricación de un bien	3	4%
Totales	70	100%

Gráfico 2.35.

**Interpretación:**

Con un 72% de aceptación, el comercio fue señalado como el área prioritaria para desempeñarse e iniciar un negocio, continuando con un 24% el sector servicios; y una menor población cree que al iniciar un negocio lo haría enfocado en la fabricación de un bien.

36. Relacionado con la pregunta anterior escriba en qué tipo de actividad en una en particular desearía involucrarse en cada una de las siguientes áreas.

Objetivo: Establecer el tipo de actividades que el empleado está interesado en desarrollar.

Aunque la mayor parte del personal mostró su interés por el comercio, seguido del sector servicios y la fabricación de un bien, muchos de ellos se abstuvieron de brindar su opinión sobre las diferentes actividades por áreas en las que desearía involucrarse, y otros coincidieron con un mismo tipo de actividad, obteniendo así los datos que se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 2.37. Actividades a desarrollarse en las áreas de comercio, servicios y fabricación de un bien.

Comercio	Servicios	Fabricación de un bien
Venta de productos básicos	Restaurantes	Artesanías
Venta de ropa	Comedores	Floristerías
Venta de cereales	Salas de belleza	Manualidades
Venta de electrodomésticos	coordinador de eventos	Elaboración de ropa
Venta de fragancias	Prestamista	Fabricación de carteras
Tienda	Pupusería	Bisutería
Venta de frutas y verduras	Panadería	Alfarería
Venta de comida para mascotas	Servicios contables	Croché
Alianzas con empresas	Pastelería	
Venta de smoothie	Albañilería	
Venta de refrescos	Fabricación de chocolate	
Venta de licuados	Venta de antojitos	
Venta de mariscos	Jardinería	
Venta de embutidos	Plomería	
Venta de queso	Taller de mecánica	

4.2. Análisis de la entrevista realizada al Administrador de Típicos Margoth.

1. A partir del 1 de enero del 2015 entrará en vigencia la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la cual regula las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes, gozarán de una prestación económica ¿tiene usted conocimiento sobre dicha Ley?

Objetivo: Analizar si la gerencia tiene conocimiento sobre la entrada en vigencia de la ley.

La información sobre la fecha de entrada en vigencia y aspectos generales de la ley si son del conocimiento de la gerencia.

2. Si tiene conocimiento de ella, ¿ha recibido alguna capacitación o inducción a la Ley?

Objetivo: Determinar si la gerencia ha recibido algún tipo de inducción sobre la ley.

Por el momento, aunque la gerencia tiene conocimiento de la ley, lo ha hecho por medio de noticias o por el contador de la empresa puesto que aun no se ha interesado en capacitarse sobre este tema, debido a que tiene otras obligaciones que limitan el tiempo para ello.

3. ¿Conoce usted que nuestro trabajo de graduación tiene como finalidad proporcionarle herramientas para mejorar las condiciones de los trabajadores al aplicar la Ley?

Objetivo: Informar sobre los beneficios que podría tener la empresa con el trabajo de investigación realizado.

La gerencia mostró tener conocimiento de la finalidad del trabajo de investigación, puesto que esta información se proporcionó al momento de solicitar autorización para llevar a cabo la investigación en la empresa.

4. Ha evaluado las fortalezas y debilidades que posee en la actualidad Típicos Margoth

Objetivo: Establecer si la empresa tiene conocimiento sobre aspectos que lo hacen fuerte o débil ante la competencia, para potenciarlas o tratar de eliminarlas dado el caso.

En base a la información obtenida en la entrevista se detallan a continuación algunas fortalezas y debilidad que son de pleno conocimiento de la gerencia.

Cuadro 2.38. Fortalezas y debilidades de Típicos Margoth, en base a información brindada por la Gerencia General.

Fortalezas	Debilidades
Calidad de nuestros productos.	Ampliar la variedad de nuestro plato fuerte que son las pupusas.
Entrega eficaz en nuestro servicio a domicilio	Poca publicidad.
Reconocimiento de nuestra marca	Apertura de otras sucursales
Promociones al alcance de nuestro clientes	Mejorar los programas de caja, debido a que constantemente se pierde comunicación con el sistema informático en horas de mayor movimiento.
Atención a nuestros clientes	Ampliar nuestras tiendas debido a la gran demanda.

5. ¿Ha evaluado el nivel de compromiso de los empleados con Típicos Margoth?

Objetivo: Determinar si la empresa ha considerado el grado de responsabilidad que tienen los empleados al desempeñarse en la empresa.

Aunque por el momento la empresa aun no ha evaluado el nivel de compromiso de los empleados, se cuenta con personal que ha estado laborando en la empresa desde hace una década y se conoce que están comprometidos e identificados con Típicos Margoth por su nivel de productividad.

6. ¿Qué prestaciones adicionales a las de ley, brinda Típicos Margoth a sus empleados?

Objetivo: Enumerar las prestaciones adicionales que ofrece la empresa a sus empleados.

- Bonos por logro de ventas al área de cocina.
- Préstamos personales sin intereses hasta un monto de \$500.00, descontados quincenalmente en el sueldo.
- Fiesta recreativa a la playa cada año, dándoles el transporte, alimentación y refrigerios.
- Fiesta denominada “Regresando a Clases con Típicos Margoth” la cual consiste en beneficiar a los empleados dándole los útiles escolares a todos los hijos que tengan desde los 7 años a los 18 años de edad.
- Descuento del 20% en nuestros productos.
- Uniformes cada 6 meses.

7. ¿Se ha capacitado a los empleados por medio del INSAFORP?

Objetivo: Determinar si la empresa ha recurrido al INSAFORP para capacitar a los trabajadores.

Se determinó que Típicos Margoth si hace uso de las capacitaciones por medio del INSAFORP, dentro de las capacitaciones que se han tomado son: Manipulación de alimentos, seguridad e higiene ocupacional, atención al cliente entre otras.

8. ¿La empresa tiene un procedimiento sistemático para seleccionar al personal a capacitar?

Objetivo: Conocer los procedimientos que usa la empresa para la selección de los trabajadores que capacitan.

Según lo manifestado por el Administrador, las capacitaciones que se imparten son las que requiere el Ministerio de Salud y Asistencia Social y el Ministerio de Trabajo y Previsión Social. Para la selección de los trabajadores no se tiene un procedimiento sistemático, lo único que se pretende es que todos tengan las capacitaciones requeridas según las áreas en que se desempeñan y al recibirlas, que no les afecte en sus horas laborales.

9. ¿Se han obtenido resultados positivos en la empresa, al capacitar a sus empleados?

Objetivo: Analizar los efectos que tienen las capacitaciones en los empleados.

Las capacitaciones brindan resultados positivos en el desarrollo de las actividades de los empleados, consecuentemente se hace notar en la satisfacción de los clientes, en cuanto a la calidad del producto como la atención que reciben, por medio del buzón de sugerencia, fans page y correo electrónico, se reciben comentarios positivos en cuanto a la calidad del producto y la atención excelente que recibieron.

10. ¿La empresa estaría dispuesta a desarrollar un programa que permita a los empleados conocer sobre la ley y sobre el emprendedurismo?

Objetivo: Conocer el interés que tiene la empresa por instruir a sus colaboradores sobre aspectos de la ley y el emprendedurismo.

La gerencia mostró interés por capacitar a sus empleados en aspectos de la ley y el emprendedurismo, siempre y cuando no perjudique el clima laboral y el desarrollo de cada una de las funciones de los trabajadores.

11. ¿La empresa estaría dispuesta a invertir en capacitar a sus empleados sobre la ley y el emprendedurismo?

Objetivo: Investigar si la empresa está dispuesta a invertir en la formación de los trabajadores en los aspectos de la ley y el emprendedurismo.

Al momento de consultarles si invertirían en capacitar sobre la ley y el emprendedurismo la gerencia nos comentó que tendrían que evaluar el costo beneficio para la empresa, debido que a la fecha ya se agotó el porcentaje con el INSAFORP y no se cuenta con una partida presupuestaria para ello.

12. ¿Consideraría incluir dentro de su presupuesto un monto destinado a brindar capacitaciones sobre la ley y el emprendedurismo?

Objetivo: Indagar si Típicos Margoth tiene a bien el asignar un monto en su presupuesto para destinarlo a la capacitación a los empleados sobre la ley y el emprendedurismo.

La empresa aun no ha incluido un monto designado a la capacitación en el presupuesto y manifestó que para adherirlo es necesario consultarlo con la familia, que son quienes conforman la Junta General de Accionistas para poder tomar una decisión al respecto.

4.3. Análisis FODA de Típicos Margoth

Fortalezas

1. Infraestructura; Típicos Margoth cuenta con cuatro sucursales de restaurantes, los cuales cuentan con una construcción adecuada para el rubro de alimentos.
2. Personal especializado en cada área.
3. La gran trayectoria en el mercado les ha permitido superar a la competencia.
4. La perseverancia, a pesar de las dificultades vividas a raíz del conflicto armando a la fecha.
5. Motivación de todos los colaboradores, que se desempeñan en Típicos Margoth.
6. La preferencia del mercado, debido a que reconocen la calidad del servicio.
7. Entrega eficaz en los servicio a domicilio.
8. Brindan buena orientación al personal.
9. Los trabajadores manifiestan no presentar altos niveles de estrés.

Debilidades

1. Carencia de reuniones con el personal para compartir información sobre proyectos de la empresa, principalmente en los restaurantes.
2. No contar con un local adecuado para centralizar las áreas administrativas, call center, servicio a domicilio y otros.
3. No contar con locales para brindar capacitaciones a los empleados.

4. No tener incluido en el presupuesto un monto designado a la capacitación de los empleados.
5. El tipo de capacitación que se brinda a los empleados solo tienen como finalidad el cumplimiento de normas y aspectos de ley.
6. La empresa no cuenta con una evaluación sistemática del nivel de compromiso de los empleados hacia la compañía.
7. Falta de interés por asistir a capacitaciones sobre la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.
8. No divulga a los empleados las prestaciones adicionales a ley que brinda la empresa.
9. No cuentan con un procedimiento sistemático para la selección del personal a capacitar.

Oportunidades

1. Capacitar a los empleados en aspectos emprendedores logrando trabajadores más capaces, productivos e informados.
2. Evaluación sistemática para conocer en los empleados aspectos motivacionales y de autorrealización.
3. Oportunidad para identificar nuevos proveedores, al adquirir productos de empresas emprendedoras formados por empleados de Típicos Margoth.
4. Mejorar la buena imagen como empresa comprometida con el desarrollo de los trabajadores.
5. Apertura de más sucursales para cubrir otras zonas que demandan los productos de Típicos Margoth, además, generar más oportunidades de empleo.
6. Remodelar y/o construir infraestructura destinada a áreas de capacitación.
7. Incorporar una partida presupuestaria destinada a la capacitación de empleados.
8. Crear programas sistemáticos enfocados al desarrollo profesional de empleados.
9. Establecer alianzas con diferentes entidades para lograr la formación de empleados en un ecosistema emprendedor.

10. Lograr una mayor competitividad empresarial, mejorando la eficiencia y eficacia administrativa.

Amenazas

1. Elevado número de empleados que se adhieran a la Ley de la Prestación Económica por Retiro Voluntario; provocando impactos en lo económico y en la pérdida de capital humano.
2. Posibilidad de que la competencia brinde más y mejores prestaciones a los empleados.
3. Brindar servicios bajos de calidad por tener empleados capacitados deficientemente.
4. Debilidad en la comunicación hacia los empleados, provocando desinformación y carencia de las capacidades individuales y empresariales.
5. Formación de imagen empresarial débil, por la falta de creación de oportunidades para el desarrollo de los empleados.

4.3.1. Matriz FODA de Típicos Margoth

Externo / Interno		Fortalezas	Debilidades
Matriz FODA		1. Infraestructura 2. Personal especializado 3. Trayectoria 4. Perseverancia 5. Motivación de los colaboradores 6. Preferencia del mercado 7. Eficacia 8. Personal con orientación 9. Poco estrés para el personal	1. Carencia de reuniones con el personal 2. Descentralización de las unidades 3. Falta de locales para capacitar 4. Carencia de presupuesto para capacitación 5. Únicamente imparte capacitaciones de ley 6. Carencia de evaluación sistemática del compromiso de los empleados 7. Poco interés por capacitarse en la ley de retiro voluntario 8. Falta de información a los empleados 9. Carencia de procedimiento sistemático para la selección de personal a capacitar
Oportunidades	1. Capacitación en aspectos emprendedores 2. Conocer a los empleados 3. Nuevos proveedores 4. Buena imagen 5. Apertura de más sucursales 6. Remodelar y/o construir infraestructura destinada a áreas de capacitación 7. Presupuestación de las capacitaciones 8. Programa sistemático para formación 9. Alianzas con entidades capacitadoras 10. Mayor competitividad empresarial	Estrategia para maximizar FO	Estrategias para minimizar D y maximizar O
		1. Capacitar al personal en aspectos emprendedores, para contar con colaboradores más capaces e informados, logrando mayor eficiencia y eficacia en la empresa F(1),F(2),F(3),F(4),F(5),F(6),F(7),F(8),F(9), O(1),O(2),O(3),O(4),O(5),O(6),O(7),O(8), O(9)	1. Sistematización de los procesos de capacitación D(3),D(4),D(5),D(7),D(8),D(9),O(1),O(4),O(6),O(7),O(8),O(9),O(10) 2. Creación de un programa de desarrollo profesional que sea del conocimiento de los empleados D(1),D(6),D(8),O(2),O(4),O(10)
Amenazas	1. Renuncia en masa 2. Competencia 3. Personal sin formación 4. Ineficiencia de los empleados 5. Mala imagen empresarial	Estrategias para minimizar A y maximizar F	Estrategias para minimizar AD
		1. Incentivar al personal por medio de capacitaciones contenidas en un programa de desarrollo profesional A(1),A(3),A(4), A(5),F(2),F(6),F(8) 2. Lograr una mayor fidelización de los clientes por medio del buen servicio A(2), F(3),F(6)	1. Motivación y comunicación, efectiva, constante y oportuna D(1),D(6),A(1),A(2),A(3),A(4)

4.4. Logros y limitaciones en la investigación

Logros

- Las sucursales de Típicos Margoth, se encuentran en su mayoría en la zona metropolitana, lo que facilitó las visitas a las mismas, incurriendo en costos bajos, logrando agilizar el proceso de las encuestas.
- Accesibilidad del equipo investigador a las áreas de trabajo de Típicos Margoth, consiguiendo observar la situación de los trabajadores y obtener información de forma adecuada y oportuna.
- La investigación contó con la facilidad para obtener cierta información de la empresa, por contar con una de las integrantes del equipo investigador laborando en Típicos Margoth, proporcionando documentos y compartiendo conocimientos, logrando de esta manera enriquecer el estudio.
- Disposición e interés de los empleados en colaborar al responder los cuestionarios para recopilar la información.
- Interés y apoyo al proyecto por parte de la administración de Típicos Margoth, al considerar que éste contribuirá a la motivación, desarrollo y fortalecimiento de los empleados y de la imagen de la empresa.
- Colaboración e interés del personal por conocer los aspectos relacionados a la ley y el emprendedurismo.

Limitaciones

- Abstención en contestar algunos ítems del cuestionario por considerarlos en alguna medida comprometedores.
- El cuestionario se desarrolló con palabras sencillas, dado el tipo de población encuestada.
- Al momento de elaborar el cuestionario para la encuesta se tuvo que realizar con mucha prudencia, haciendo diferentes pruebas pilotos, para no generar falsas expectativas relacionadas con la Ley de Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.
- El abordaje de los empleados se realizó en horarios de almuerzo o tiempo libre, para no interferir con sus jornadas laborales.
- Las respuestas que se obtuvieron en la entrevista y encuesta dependieron del grado de conocimiento que tienen sobre aspectos de motivación y autorrealización, aspectos legales, aspectos económicos, aspectos emprendedores y aspectos de capacitación; por tratarse de un tema novedoso, existe poco conocimiento de ello.
- Se posee un mínimo de error ya que algunos de los encuestados no mostraron interés en aportar a la investigación al momento de responder el cuestionario.
- Para realizar la técnica de observación se tuvo que efectuar con mucha cautela para evitar incomodar o provocar algún tipo de problema con las personas que trabajan en los diferentes restaurantes.

4.5. Comprobación de hipótesis

4.5.1. Método utilizado

Con el objetivo de comprobar la hipótesis establecida en la presente investigación, se empleó la prueba estadística del Chi - cuadrado, que es un método útil para probar las hipótesis relacionando la diferencia entre el conjunto de frecuencias observadas en una muestra y el conjunto de frecuencias teóricas y esperadas de la misma muestra.

En este tipo de problemas el estadístico de prueba es:

$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

En donde:

χ^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia observada de realización de un acontecimiento determinado.

f_e = Frecuencia esperada o teórica.

La aplicación de esta ecuación requiere lo siguiente:

- 1- Encontrar la diferencia entre cada frecuencia observada y la correspondiente frecuencia esperada.
- 2- Elevar al cuadrado estas diferencias.
- 3- Dividir cada diferencia elevada al cuadrado entre la correspondiente frecuencia esperada.
- 4- Sumar los cocientes restantes.

Se aplicó un nivel de significación del 5% con el que se buscan los datos en la tabla Chi-cuadrado (ver anexo 5).

El grado de libertad se obtendrá a través de la fórmula.

$$GL = (f - 1)(c - 1)$$

Donde:

GL= Grado de libertad

f= Filas

c= Columnas.

Para obtener el Chi-cuadrado, según la tabla, se buscó el grado de libertad y el nivel de significación y así se obtuvo el Chi-cuadrado tabla (χ^2_t) que se compara con el chi-cuadrado calculado (χ^2_c).

De acuerdo a este criterio se determina si el X_c es mayor o igual que el X_t se aceptará la hipótesis de trabajo y se rechazará la hipótesis nula.

Si el X_t es mayor que el X_c se rechazará la hipótesis de trabajo y se aceptara la hipótesis nula.

4.5.2. Hipótesis general

El estudio de factibilidad técnico económico en la empresa ARYES, S.A. de C.V., contribuirá a la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.

4.5.3. Hipótesis nula:

El estudio de factibilidad técnico económico en la empresa ARYES, S.A. de C.V., no contribuirá a la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.

Variables.

VI: Estudio de factibilidad técnico económico.

VD: Formación de personas productivas.

Para aceptar o rechazar esta hipótesis se tomaron en cuenta las preguntas número, veintitrés y treinta y cuatro de la encuesta realizada.

23- En caso que se le presentara la oportunidad de hacer uso del tipo de prestación por retiro voluntario. ¿Consideraría hacer uso de ella?

34- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un programa de capacitación para su desarrollo emprendedor?

Cuadro 2.39. Resumen de respuestas para aceptar o rechazar hipótesis.

Formarse como emprendedor/ Hacer uso de la ley	Si	No	Total
Si	58	4	62
No	0	8	8
Total	58	12	70

Para obtener las frecuencias esperadas multiplicamos el total de cada columna por el total de cada fila entre el total de fila y columna.

Ejemplos:

$$fe_1 = (58 \times 62) / 70 \quad fe_2 = (58 \times 8) / 70$$

$$fe_1 = 51.37 \quad fe_2 = 6.63$$

Cuadro 2.40. Frecuencias esperadas para la comprobación de hipótesis

Alternativa	fo	fe	fo-fe	(fo-fe)²	(fo-fe)²/fe
Haría uso de la ley y formaría parte de un programa de emprendedurismo	58	51.37	6.63	43.96	0.86
Haría uso de la ley pero no formaría parte de un programa emprendedor	0	6.63	-6.63	43.96	6.63
No haría uso de ley pero si formaría parte de un programa emprendedor	4	10.63	-6.63	43.96	4.14
No haría uso de la ley ni formaría parte de un programa de emprendedurismo	8	1.37	6.63	43.96	32.08
Total	70				43.71

Chi-Cuadrado Calculado.

$$X^2 = 43.71$$

Grado de libertad

$$Gl = (f-1) (c-1)$$

$$Gl = (2-1) (2-1)$$

$$Gl = 1$$

Nivel de significación = 0.05

Chi-cuadrado Tabla.

$$X^2_t = 3.84$$

$$X^2_c = 43.71 > X^2_t = 3.84$$

De acuerdo a estos resultados, se comprueba que el Chi-cuadrado calculado es mayor que el Chi-cuadrado tabla, por lo cual se acepta la hipótesis general del trabajo de investigación y se rechaza la hipótesis nula. Por tanto, se afirma que "El estudio de factibilidad técnico económico en la empresa ARYES, SA. de C.V., contribuirá a la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria".

4.6. Principales hallazgos del diagnóstico relacionados con el estudio de mercado.

Oportunidad de conservar el empleo luego de jubilarse.

La empresa brinda la oportunidad a empleados jubilados para que mantengan una vida plena y productiva, puesto que el 6% de la población en estudio esta jubilada y tienen la oportunidad de seguir laborando.

Nivel académico de los empleados.

En cuanto al nivel académico de los empleados, el 94% de colaboradores tienen estudios a nivel de bachillerato, no obstante un 35% de ellos tienen aspiración de seguir superándose, debido a que este porcentaje está compuesto por universitarios y técnicos.

Oportunidad de ampararse a la ley de retiro voluntario.

De acuerdo a lo que establece la ley, podrán ampararse todos aquellos empleados que tengan dos años consecutivos laborando para la misma empresa, en el caso de la empresa en estudio el 89% tienen la oportunidad de beneficiarse con la ley en mención.

Tipo de capacitaciones impartidas al personal.

Típicos Margoth capacita a su personal haciendo uso de los programas de INSAFORP, sin embargo, dichas capacitaciones son únicamente las que la ley demanda por el tipo de actividad a que se dedica.

Oportunidades de desarrollo profesional y personal.

Sobre los aspectos de motivación y autorrealización, se determinó que los empleados, están satisfechos con sus jefes inmediatos, ya que reciben por parte de estos la orientación y capacitación para poder desempeñar su trabajo; además, la empresa les brinda la oportunidad de desarrollo profesional, dándoles las facilidades de adecuar su horario de trabajo con el de estudios. Lo anterior da como resultado que el trabajador se encuentre motivado y se considere cómodo en su trabajo, ya que en él influye la autoridad y liderazgo que ejerce la administración, es por ello que en el resultado de la encuestas un 64% mostró su entera satisfacción de laborar en Típicos Margoth.

Conocimientos sobre la ley y sus características.

Relacionado a aspectos de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, se estableció que, solamente el 54% de los trabajadores de Típicos Margoth tienen conocimiento de la misma, y de los aspectos generales de ella, como la fecha de entrada en vigencia, el objeto de la ley y el monto indemnizable. A pesar que sólo un pequeño porcentaje arriba de la mitad tienen los conocimientos básicos sobre la ley en mención, el 83% de los empleados mostraron su interés por gozar del beneficio que otorga la ley.

Ingresos familiares de los empleados.

Con respecto a los aspectos económicos, es de suma importancia destacar que los ingresos familiares mensuales que percibe el 65% de los empleados están arriba del salario mínimo, siendo estos entre los \$301.00 a \$700.00, de dicho porcentaje solo el 28% destina cierta cantidad al ahorro o inversión, mientras que un 72% no se encuentra en la capacidad de hacerlo; debido al conocimiento que tienen los empleados de la ley, y si decidieran hacer uso de ella, más de la mitad de la población representada por el 51% mostró tener interés por invertir en un negocio propio la indemnización otorgada al ampararse a la ley, mientras que el restante 49% destinarían la indemnización tanto al ahorro como al consumo.

Desarrollo emprendedor del recurso humano de Típicos Margoth.

Sobre la temática abordada del emprendedurismo se le cuestionó a los trabajadores, si ellos se consideraban emprendedores y un 89% de las personas contestaron afirmativamente, sin embargo al cuestionarles sobre el conocimientos de los medios de financiamiento que apoyan el emprendedurismo como el capital semilla, un 70% manifestó desconocerlo, al igual que manifestaron su falta de información sobre la empresa cofinanciadora del capital semilla, siendo FONDEPRO una organización comprometida con el desarrollo productivo en la sociedad salvadoreña. A pesar del conocimiento limitado que existe sobre este financiamiento, el 89% de los encuestados se mostraron motivados en hacer uso del capital semilla para iniciar un negocio.

Factores que limitan el emprendimiento.

Existen diferentes motivos que los empleados encuestados consideran que limitan a las personas para formar parte de un ecosistema emprendedor, algunos de esos factores son, en primer lugar 32% lo atribuyen a la inseguridad ciudadana, seguido por el temor al fracaso con el 20%; otro amplio grupo formado por el 48% se encuentra dividido entre quienes manifestaron desconocer el tipo de financiamientos como capital semilla o desconocimiento de oportunidades de negocio y técnicas del emprendedurismo.

Áreas de preferencia para iniciar un negocio.

En cuanto a las expectativas sobre capacitaciones, se determinó que los trabajadores de Típicos Margoth están interesados en participar en capacitaciones relacionadas al emprendedurismo y asistir a programas para el desarrollo emprendedor, mostrándose a favor el 94% de la población encuestada. Al cuestionar al empleado entre las áreas de preferencia para iniciar un negocio, el 71% dijo preferir enfocarse en el comercio, el 24% manifestó su iniciativa por orientarse al sector servicios, y un pequeño grupo representado por el 4%, preferiría iniciar un negocio en el cual se fabriquen bienes, es así como se logra determinar que los empleados tienen amplias aspiraciones por su desarrollo personal, enfocado específicamente en aspectos emprendedores.

4.7. Conclusiones y recomendaciones

Posteriormente a la realización de la investigación de campo, por medio de los instrumentos básicos utilizados para la recopilación de la información, entre ellos, entrevista al Administrador de la empresa, observación directa y encuestas, las cuales fueron realizadas a la población de empleados de Típicos Margoth, se procedió a la formulación de las conclusiones y recomendaciones las cuales darán un aporte para identificar la apreciación de las personas en estudio con la entrada en vigencia de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria y programas de emprendedurismo para que se conviertan en entes productivos.

Conclusiones

1. El personal recibe capacitaciones aunque estas están orientadas a las exigencias del Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Salud, entre las que se imparten están manipulación de alimentos, seguridad e higiene ocupacional y atención al cliente.
2. A pesar que Típicos Margoth brinda prestaciones adicionales a la ley, los trabajadores manifestaron no recibirlas, esto puede darse a la falta de información o por tener poco tiempo de laborar en la empresa y aun no se han visto beneficiados con estas.
3. La mayor parte de trabajadores de Típicos Margoth manifestó sentirse motivado al desempeñarse en la empresa, obteniendo muy buena orientación por parte de los supervisores, oportunidades para el desarrollo profesional por parte de la empresa y el poco estrés generado trabajar en la misma.
4. Los empleados de Típicos Margoth manifestaron estar satisfechos con el salario percibido en consideración al trabajo realizado en la empresa, sin embargo solo un pequeño porcentaje señaló percibir ingresos mensuales arriba de \$500.00.
5. Los trabajadores y gerentes de Típicos Margoth manifestaron tener conocimiento general sobre la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, sin que esta información haya sido impartida por una entidad especialista en ese tema.
6. Debido a los bajos ingresos familiares, existe poco disposición económica para ahorrar o invertir ya que estos son designados al consumo para la satisfacción de necesidades básicas.
7. A pesar que la mayoría de trabajadores no tienen la oportunidad de ahorrar e invertir, muchos consideran en caso de ampararse a la ley destinar la indemnización recibida a la inversión en un negocio propio.

8. Ningún empleado tiene conocimiento del capital semilla y de la existencia de la entidad cofinanciadora en El Salvador, desconociendo a la vez los beneficios que se pueden obtener al hacer uso de ella.

9. La empresa brinda poca o ninguna capacitación relacionada al emprendedurismo, limitando así las posibilidades de que los empleados se conviertan emprendedores.

10. Existe bajo conocimiento del ecosistema emprendedor tanto por parte del empleado como de la gerencia.

Recomendaciones

1. Se recomienda incluir en los programas de capacitación otras que no estén orientadas únicamente a las exigencias de la ley, sino más bien a la necesidad de los trabajadores que les permita la autorrealización y motivación del empleado.

2. Informar a los empleados sobre las prestaciones de ley a diferencia de las que son por política de la empresa para lograr con ello mayor satisfacción con el empleador y por ende mejor compromiso.

3. Aunque la mayor parte de los empleados manifestó sentirse cómodo con la empresa se recomienda considerar el evaluar el grado de satisfacción de los colaboradores para fortalecer los aspectos que podrían llevar a una desmotivación por parte de los empleados.

4. Considerar revisar las escalas salariales de los trabajadores y establecer incrementos porcentuales después de un tiempo determinado, sin que esto afecte a la empresa, para lograr con ello brindar una buena imagen para sus empleados y con ello mayor lealtad a la empresa.

5. Invertir en capacitaciones sobre la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria para personal de la gerencia y administrativos; y que estos se conviertan en entes transmisores de la información a los demás empleados, para que todos gocen del conocimiento pleno de la ley.

6. Generar conciencia de la importancia de invertir y ahorrar, a pesar de las limitaciones económicas.

7. Implementar programas de formación de personas productivas orientados al desarrollo de la motivación y autorrealización de los empleados.

8. Motivar a los empleados que deseen ampararse a la ley, que indaguen sobre el capital semilla en el país, y al conocer los beneficios que esta ofrece hacer uso de ella, consolidando la indemnización y el capital semilla para la implantación de un negocio.

9. Unificar las necesidades de la empresa y el empleado, creando programas de capacitación que conlleve un beneficio para ambas partes.

10. Indagar y capacitarse en aspectos emprendedores que puedan formar personas capaces e infirmadas.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO ECONÓMICO EN LA EMPRESA ARYES, S.A. DE C.V. PARA LA FORMACIÓN DE PERSONAS PRODUCTIVAS AL AMPARARSE A LA LEY REGULADORA DE LA PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA VOLUNTARIA.

1. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Considerando que a partir del 1 de enero del 2015, entró en vigencia la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la que establece las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes del sector privado, e instituciones autónomas que generen recursos propios y cuyas relaciones laborales se rigen por el Código de Trabajo, gozarán de una prestación económica por la renuncia voluntaria a su empleo, estableciendo como limite la indemnización correspondiente a un salario mínimo; siendo sujetos a esta ley las y los trabajadores con dos años de servicio continuo y efectivo para un mismo empleador.

Sobre la base de lo anterior se visualizó la oportunidad de desarrollar un estudio de factibilidad para proponer el desarrollo de personas emprendedoras, que deseen adherirse a la Ley, y establecerse como empresarios innovadores; quienes además podrán hacer uso de financiamiento como capital semilla, que es un aporte inicial para la creación o consolidación de una empresa, en la cual los fondos no necesariamente deben ser devueltos; en El Salvador quien otorga este beneficio es el Ministerio de Economía, a través del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO) y la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). Los proyectos financiables deben presentar condiciones de crecimiento, innovación o novedad que generen un emprendimiento dinámico, los proyectos seleccionados reciben un cofinanciamiento de hasta el 90% del monto total del proyecto.

Con la finalidad de formar emprendedores, se ha desarrollado el estudio de factibilidad para que Típicos Margoth genere alternativas para el desarrollo de sus empleados, que se encuentren interesados en formar parte de un ecosistema³⁵ emprendedor en el país, capaces de crear e innovar nuevos productos que beneficien su economía en particular, como la de la sociedad salvadoreña. Para ello se requieren alianzas con instituciones que brinden

³⁵ “Estudio, análisis y explicación de las diferentes relaciones complejas entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos académicos, sociales, políticos y económicos.” - (fuente de información: <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistema-emprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-7-14)

capacitaciones o talleres para el desarrollo de la capacidad emprendedora de los empleados, logrando así, cambiar la realidad de las personas comprometidas con el emprendimiento.

El estudio de factibilidad ayudará a Típicos Margoth a tomar decisiones de tipo administrativo y financiero, entre diferentes alternativas de inversión, para proporcionar este tipo de capacitación a los empleados, con las cuales se prevé crear y fortalecer conocimientos y motivación del recurso humano, los cuales contribuirán al mejor desempeño de las actividades asignadas en cada área de trabajo, representando además un incentivo inicial, para la creación de negocios emprendedores de gran utilidad a la sociedad salvadoreña.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

GENERAL

Diseñar una propuesta que permita mostrar los beneficios que obtendrán tanto los empleados como Típicos Margoth, al tomar como opción, los primeros, el ampararse al plan de retiro voluntario y capacitarse en aspectos emprendedores y la empresa en desarrollar el proyecto de formación a personas.

ESPECÍFICOS

1. Proporcionar una herramienta que contribuya a la toma de decisiones de Típicos Margoth en aspectos administrativos y financieros para ejecutar un plan de formación sobre aspectos emprendedores.
2. Determinar los beneficios para empleados como para la empresa, al desarrollar la formación de emprendedores que se amparen a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.
3. Evaluar las propuestas planteadas, para llevar a cabo el plan de formación, que contribuya a optar por la mejor de ellas.

3. FICHA DE INVESTIGACIÓN

Objetivo: Realizar una investigación de campo para conocer la situación actual de los empleados de Típicos Margoth, que deseen ampararse al plan de retiro voluntario para su formación como entes productivos, de tal manera que se logre el desarrollo de personas capaces y bien informadas sobre aspectos emprendedores.

Universo: 131 empleados de Típicos Margoth, de restaurantes, centro de producción y otras áreas.

Marco muestral: Empleados de Típicos Margoth.

Área geográfica: Zona metropolitana de San Salvador.

Tipo de muestra: Muestreo Aleatorio Simple (MAS), determinando los empleados a encuestar en sus distintas áreas de trabajo.

Tamaño de la muestra: 70 empleados encuestados.

Error máximo: 8%

Nivel de confianza: 95%

Sistema de consulta: Se distribuyeron 70 encuestas de la siguiente manera, 4 en el área administrativa, 45 en el área de restaurantes, 4 en call center y 17 al servicio a domicilio; además, una entrevista a la administración de la empresa.

Características de la muestra:

Género: Hombres 36%, mujeres 64%.

Edades: 18 – 25 años 47%; 26 – 30 años 30%; 31 – 45 años 11%; 46 – 55 años 6%; más de 55 años 6%.

Estado civil: Solteros 54%; casados 23%; acompañados 23%.

Oportunidad de conservar el empleo luego de jubilarse.

La empresa brinda la oportunidad a empleados jubilados para que mantengan una vida plena y productiva, puesto que el 6% de la población en estudio esta jubilada y tienen la oportunidad de seguir laborando.

Nivel académico de los empleados.

En cuanto al nivel académico de los empleados, el 94% de colaboradores tienen estudios a nivel de bachillerato, no obstante un 35% de ellos tienen aspiración de seguir superándose, debido a que este porcentaje está compuesto por universitarios y técnicos.

Oportunidad de ampararse a la ley de retiro voluntario.

De acuerdo a lo que establece la ley, podrán ampararse todos aquellos empleados que tengan más de dos años consecutivos laborando para la misma empresa, en el caso de la empresa en estudio el 89% tienen la oportunidad de beneficiarse con la ley en mención.

Tipo de capacitaciones impartidas al personal.

Típicos Margoth capacita a su personal haciendo uso de los programas de INSAFORP, sin embargo, dichas capacitaciones son únicamente las que la ley demanda por el tipo de actividad a que se dedica.

Oportunidades de desarrollo profesional y personal.

Sobre los aspectos de motivación y autorrealización, se determinó que los empleados, están satisfechos con sus jefes inmediatos, ya que reciben por parte de estos la orientación y capacitación para poder desempeñar su trabajo; además, la empresa les brinda la oportunidad de desarrollo profesional, dándoles las facilidades de adecuar su horario de trabajo con el de estudios. Lo anterior da como resultado que el trabajador se encuentre motivado y se considere cómodo en su trabajo, ya que en él influye la autoridad y liderazgo que ejerce la administración, es por ello que en el resultado de la encuestas un 64% mostró su entera satisfacción de laborar en Típicos Margoth.

Conocimientos sobre la ley y sus características.

Relacionado a aspectos de la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, se estableció que, solamente el 54% de los trabajadores de Típicos Margoth tienen conocimiento de la misma, y de los aspectos generales de ella, como la fecha de entrada en vigencia, el objeto de la ley y el monto indemnizable. A pesar que sólo un pequeño porcentaje arriba de la mitad tienen los conocimientos básicos sobre la ley en mención, el 83% de los empleados mostraron su interés por gozar del beneficio que otorga la ley.

Ingresos familiares de los empleados.

Con respecto a los aspectos económicos, es de suma importancia destacar que los ingresos familiares mensuales que percibe el 65% de los empleados están arriba del salario mínimo, siendo estos entre los \$301.00 a \$700.00, de dicho porcentaje solo el 28% destina cierta

cantidad al ahorro o inversión, mientras que un 72% no se encuentra en la capacidad de hacerlo; debido al conocimiento que tienen los empleados de la ley, y si decidieran hacer uso de ella, más de la mitad de la población representada por el 51% mostró tener interés por invertir en un negocio propio la indemnización otorgada al ampararse a la ley, mientras que el restante 49% destinarían la indemnización tanto al ahorro como al consumo.

Desarrollo emprendedor del recurso humano de Típicos Margoth.

Sobre la temática abordada del emprendedurismo se le cuestionó a los trabajadores, si ellos se consideraban emprendedores y un 89% de las personas contestaron afirmativamente, sin embargo al cuestionarles sobre el conocimientos sobre los medios de financiamiento que apoyan el emprendedurismo como el capital semilla, un 70% manifestó desconocerlo, al igual que manifestaron su falta de información sobre la empresa cofinanciadora del capital semilla, siendo FONDEPRO una organización comprometida con el desarrollo productivo en la sociedad salvadoreña. A pesar del conocimiento limitado que existe sobre este financiamiento, el 89% de los encuestados se mostraron motivados en hacer uso del capital semilla para iniciar un negocio.

Factores que limitan el emprendimiento.

Existen diferentes motivos que los empleados encuestados consideran que limitan a las personas para formar parte de un ecosistema emprendedor, algunos de esos factores son, en primer lugar 32% lo atribuyen a la inseguridad ciudadana, seguido por el temor al fracaso con el 20%; otro amplio grupo formado por el 48% se encuentra dividido entre quienes manifestaron desconocer el tipo de financiamientos como capital semilla o desconocimiento de oportunidades de negocio y técnicas del emprendedurismo.

Áreas de preferencia para iniciar un negocio.

En cuanto a las expectativas sobre capacitaciones, se determinó que los trabajadores de Típicos Margoth están interesados en participar en capacitaciones relacionadas al emprendedurismo y asistir a programas para el desarrollo emprendedor, mostrándose a favor el 94% de la población encuestada. Al cuestionar al empleado entre las áreas de preferencia para iniciar un negocio, el 71% dijo preferir enfocarse en el comercio, el 24% manifestó su iniciativa por orientarse al sector servicios, y un pequeño grupo representado por el 4%, preferiría iniciar un negocio, en el cual se fabriquen bienes, es así como se logra determinar que los empleados tienen amplias aspiraciones por su desarrollo personal, enfocado específicamente en aspectos emprendedores.

Tomando como fundamento el marco teórico y la información obtenida del caso en estudio, se presenta seguidamente el perfil del emprendedor a formar para Típicos Margoth.

Perfil del emprendedor:

1. Liderazgo
2. Comunicación efectiva
3. Capacidad y comportamiento proactivo
4. Capacidad para superar la adversidad
5. Trabajo en equipo
6. Capacidad para generar soluciones
7. Orientación al logro
8. Habilidad en la toma de decisiones
9. Orientación al cliente

Para formar a los empleados de la empresa según el perfil planteado anteriormente, se presentan dos opciones de forma resumida:

Estudio técnico, estudio económico y evaluación para capacitar empleados administrados por Típicos Margoth. (págs. 94-124)

Estudio técnico, estudio económico y evaluación para capacitar empleados contratando a la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS) (págs. 124-134)

4. ESTUDIO DE MERCADO***4.1. Definición y naturaleza de la formación***

La formación que Típicos Margoth ofrecerá a sus empleados será un plan de formación en aspectos emprendedores, con el cual se pretende motivar al empleado a que convierta sus ideas en proyectos concretos y concisos, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarlas y hacerlas una realidad rentable.

Con el proyecto se obtendrán personas emprendedoras comprometidas con la empresa, motivadas a realizar las actividades asignadas y otorgando un excelente servicio a los clientes.

En el desarrollo de las capacitaciones se les fomentará a los trabajadores la capacidad de innovar, trabajar en equipo y obtener resultados, que traerán consigo su autorrealización, para ejecutar sus propios negocios emprendedores.

4.2. Análisis de la demanda

Los resultados obtenidos de la investigación, establecen que 64 (89%) empleados están dispuestos a formar parte de programas de capacitación para el desarrollo emprendedor.

Además, un 51% presenta disponibilidad para orientar recursos propios, resultantes de la indemnización, a la inversión, que sumado al capital semilla brindaría la oportunidad a los empleados de emprender su propio negocio.

Para el caso en estudio se considerará formar a 90 empleados en emprendedurismo, ese total se dividirá en tres grupos de 30 personas cada uno. Cada grupo recibirá un total de sesenta horas de formación, 20 horas por mes, haciendo un total de tres meses de formación para cada grupo. Al culminar la capacitación de cada grupo se tendrá un mes para planificar la formación del siguiente.

4.3. Análisis de la oferta

En El Salvador existen diferentes entidades que brindan capacitaciones para el desarrollo emprendedor de las personas, se desarrolló un análisis de los servicios que brindan y se determinó que las presentadas a continuación son las que cuentan con ofertas favorables para el tipo de proyecto planteado.

Cuadro 3.1. Análisis de la oferta

Entidades	Oferta	Incluye	No incluye
	Amplia gama de capacitaciones en distintas temáticas, las cuales son ejecutadas por una red de proveedores de capacitación en todo el país como el ITCA, Universidad don Bosco, contratados por el INSAFORP, entidades solicitadas por la misma empresa, INSAFORP ofrece hasta el 85% de financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> Honorarios de capacitadores Logísticas 	<ul style="list-style-type: none"> Material didáctico Local Alimentación
	El programa ofrece la oportunidad de desarrollar las habilidades del comportamiento emprendedor. Se fundamenta en las investigaciones más avanzadas sobre las conductas de los emprendedores y empresarios exitosos en diversas culturas y condiciones económicas.	<ul style="list-style-type: none"> Logística del taller Honorarios de los capacitadores Material didáctico Certificado Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Local Alimentación
	Capacitaciones sobre el desarrollo de planes de negocios. Únicamente pueden hacer uso de este tipo de beneficio los empleados de la micro y pequeña empresa de El Salvador.	Instalaciones de capacitación en alianza con universidades	
	Talleres de formación entre las cuales se pueden mencionar: mecánica automotriz, hostelería y turismo, cocina, sistemas informáticos.	<ul style="list-style-type: none"> Instalaciones Material didáctico Honorarios de capacitadores 	<ul style="list-style-type: none"> Alimentación

4.4. Análisis de precios

Cuadro 3.2. Análisis de precios

Entidades	Precios	Ventajas	Desventajas	Observación
	Costo por persona \$150.00. <ul style="list-style-type: none"> Costo total sin financiamiento \$13,500.00. Material didáctico, alimentación y otros \$5,400.00 	<ul style="list-style-type: none"> Costos accesibles y financiados. Financiamiento de hasta el 85% de la inversión total. Amplia gama de proveedores aliados. Las entidades capacitadoras puede ser solicitada por la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos adicionales de local y alimentación. El porcentaje de cobertura sujeto a disponibilidad de la empresa. 	Esta opción presenta la fortaleza que la empresa puede hacer uso del financiamiento el cual puede ascender hasta el 85% del inversión total.
	Costo por persona \$250.00 <ul style="list-style-type: none"> Costo total \$ 22,500.00 Costo de local y alimentación \$29,970.00 	<ul style="list-style-type: none"> El costo del taller incluye la certificación de los participantes. Tiene la franquicia exclusiva para organizar e impartir el taller denominado desarrollo de la capacidad emprendedora en El Salvador. 	<ul style="list-style-type: none"> Costo por persona elevado. No posee local propio para el desarrollo de las capacitaciones. 	Costo del servicio más elevado de las 4 opciones al cual debe incluirse el costo de local y alimentación.
	Gratuito	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones orientadas al desarrollo de los planes de negocios. 	Únicamente para la micro y pequeña empresa	Típicos Margoth no puede hacer uso de los servicios de CONAMYPE por ser medianos contribuyentes.
	Costo por persona \$200.00 Costo total \$18,000.00	<ul style="list-style-type: none"> Escuela especializada en carreras técnicas. Ubicación céntrica. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos elevados. Cantidad limitada de talleres 	No cuenta con capacitaciones específicas de emprendedurismo.

4.5. Análisis cualitativo y cuantitativo.

Debido a que en CONAMYPE las capacitaciones que imparten son orientadas al desarrollo de planes de negocios, no logra llenar el perfil del emprendedor propuesto, por lo que no es un sujeto al cual se pueda acudir y que contribuya a la formación.

ITCA no desarrolla un perfil relacionado con el emprendedurismo y específicamente con los tópicos que se han estructurado para el perfil del emprendedor.

Por lo tanto, quedan dos opciones por abordar:

1. Desarrollar la formación administrada por Típicos Margoth, la cual requiere realizar una inversión alrededor de \$ 13,500.00 para el pago de servicios profesionales y \$5,400.00 para el material didáctico, alimentación, mantenimiento del local y servicios básicos.
2. Contratar los servicios de FUNDEMAS, que sí tienen un programa para capacitar en el área de emprendedora, para el cual es necesaria una inversión de \$22,500.00 para el pago del servicio de capacitación y \$29,970.00 para los gastos de alimentación y local para impartir las capacitaciones.

Los detalles de los montos anteriores se encuentran en el análisis de precios, página 93.

5. ESTUDIO TÉCNICO, ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN PARA CAPACITAR EMPLEADOS ADMINISTRADO POR TÍPICOS MARGOTH.

5.1. Organización propuesta para administrar las capacitaciones.

En vista que la empresa no cuenta con un organigrama aprobado, se hace la propuesta del mismo, y se incluye la unidad coordinadora para capacitaciones, que sería la responsable de administrar el programa de capacitaciones. Dicha unidad dependerá de recursos humanos.

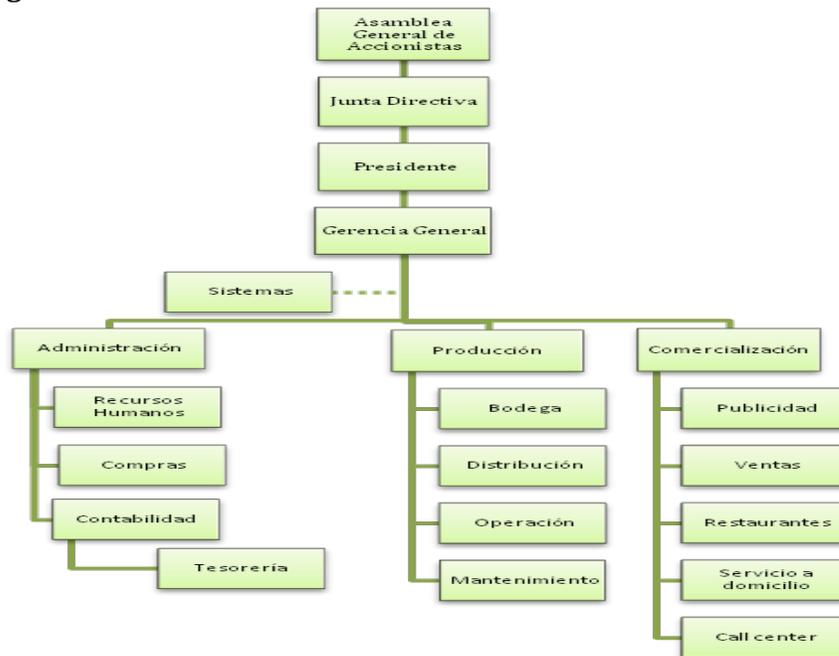
La unidad coordinadora para capacitaciones tendrá dos colaboradores y será responsable de administrar de forma eficiente los recursos humanos, organizando y dando seguimiento a la ejecución de las capacitaciones, realizando evaluaciones para determinar el logro de los objetivos; además, será la encargada de la contratación de proveedores idóneos para las necesidades en capacitación de la empresa. Informará al departamento de recursos humanos sobre los alcances obtenidos en las capacitaciones, la persona que desempeñe este cargo dentro de la empresa puede ser un empleado actual, capaz de ejecutar los procedimientos descritos con anterioridad.

Se propone que los colaboradores sean estudiantes universitarios que se encuentren en la realización de sus horas sociales, para que estos pongan en práctica sus conocimientos, y puedan cubrir un requisito académico; por su parte la empresa se beneficia recibiendo este servicio y apoyo administrativo, que evita la contratación de nuevo personal. Los colaboradores serán los encargados de la logística de las capacitaciones impartidas, por

ejemplo, alimentación que se les brindará a los empleados, la disponibilidad del material didáctico, administrar listas de asistencia de los empleados y otras actividades que el coordinador de capacitaciones estime para el fin señalado.

Título: Organigrama propuesto para Típicos Margoth

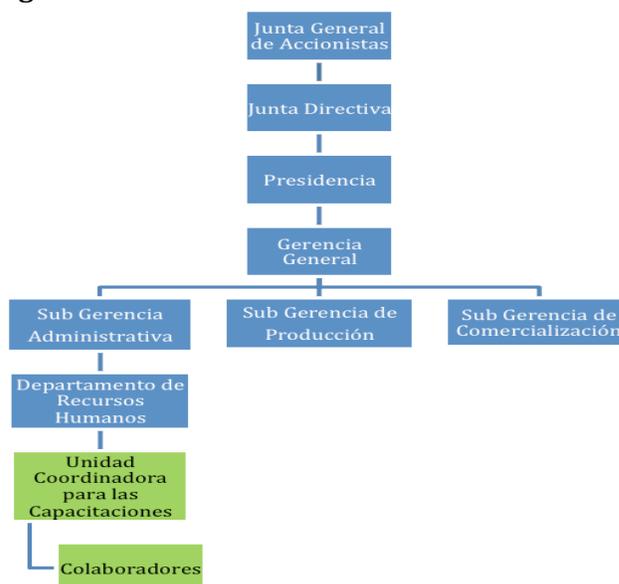
Figura 3.1.



Fuente: Elaborado por equipo investigador

Título: Síntesis del organigrama destacando la unidad coordinadora para las capacitaciones

Figura 3.2.



Fuente: Elaborado por equipo investigador

5.2. Seguimiento y control

En el desarrollo del proyecto es necesario que el empleado adquiera una responsabilidad con respecto a su formación y a la empresa, asistiendo a las capacitaciones para el desarrollo emprendedor en las fechas y horarios establecidos, para formalizar dicho compromiso se propone la firma de una carta compromiso que se encuentra en el anexo 6.

Es recomendable que al culminar cada una de las nueve etapas del perfil del emprendedor, el facilitador realice evaluaciones para documentar y cuantificar el nivel de adquisición de conocimientos de los involucrados en la formación.

Durante la ejecución del proyecto el coordinador elaborará de forma mensual informes de seguimiento, que serán presentados al Departamento de Recursos Humanos, dicho informe será una fuente de información básica para el conocimiento del progreso del proyecto y una herramienta muy útil para la gestión del mismo, destacando la perspectiva del empleado, del facilitador y la empresa.

El documento persigue:

- Comunicar el grado de progreso del proyecto.
- Realizar un seguimiento del plan de formación.
- Informar los acontecimientos encontrados, si existieran.
- Comprobar el cumplimiento de los objetivos para lograr el perfil propuesto.

La unidad coordinadora para las capacitaciones evaluará los resultados obtenidos en el desarrollo del proyecto, reflejando el estado de las tareas planificadas, los objetivos alcanzados y problemas detectados junto con las acciones encaminadas a corregirlos.

A continuación se proponen formatos para el seguimiento y control del plan de formación, los cuales deben ser completados por el empleado y el facilitador.

Al completar los formularios el empleado aplicará una escala del 1 al 4; 1 representa estar completamente en desacuerdo y 4 estar de acuerdo. La evaluación mostrará la opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones, el facilitador, el equipo utilizado y el nivel de satisfacción.

Cuadro 3.3. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado)

Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado)						
Criterios a evaluar		Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Observaciones
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas					
	Cumplimiento con los horarios establecidos					
	Planificación de las actividades a desarrollar					
Facilitador	Desempeño del facilitador					
	Conocimiento del tema					
	Metodología didáctica					
Equipo	Funcionamiento adecuado de audiovisuales					
	Ergonomía de mobiliario					
	Interferencias por desperfectos					
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas					
	Cumplimiento de la temática					
	Organización de la capacitación					
	Alimentación					

El siguiente formulario debe de ser completado por el facilitador, aplicando una escala del 1 al 4; 1 representa estar completamente en desacuerdo y 4 estar de acuerdo. La evaluación mostrará la perspectiva del facilitador en el cumplimiento de los estándares establecidos para las capacitaciones y el desenvolvimiento de los trabajadores.

Cuadro 3.4. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (facilitador)

Ficha de seguimiento y control del plan de formación (Facilitador)						
Criterios a evaluar		Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Observaciones
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas					
	Cumplimiento con los horarios establecidos					
	Planificación de las actividades a desarrollar					
Participantes	Asistencia					
	Participación de los empleados					
	Puntualidad					
	Responsabilidad					
	Facilidad de aprendizaje					

5.3. Formación de empleados emprendedores.

5.3.1. Objetivo general y específicos.

General

Formar a los empleados para que logren un perfil emprendedor, administrando las capacitaciones, de tal manera que puedan satisfacerse los niveles fundamentales del perfil, garantizando así, el fortalecimiento del potencial emprendedor del recurso humano.

Específicos

- Administrar las capacitaciones, para fortalecer el potencial emprendedor de los empleados.
- Capacitar a los empleados en las nueve áreas que contiene el perfil emprendedor, a fin de contribuir con el desarrollo de personas productivas en el país.
- Incentivar a los empleados a la puesta en marcha de negocios emprendedores, para lograr su desarrollo personal y profesional

5.3.2. Temas y número de horas para formar el perfil del emprendedor.

1- Liderazgo

Objetivo: Desarrollar la capacidad de dirigir comunicando un visión motivadora, logrando el compromiso y acción de los seguidores.

Cuadro 3.5. Números de horas requeridas para el tema de liderazgo

Temas	Horas
• Liderazgo en el siglo XXI	1
• Capacidad de liderazgo	1
• Cultivo de la confianza	2
• Tipos de liderazgo	1
• Empowerment a los empleados.	1
• ¿Cómo ser un líder eficaz?	2
Total de horas	8

2- Comunicación efectiva

Objetivo: Fomentar la capacidad de expresar las propias ideas y entender las de los demás de manera clara y efectiva.

Cuadro 3.6. Números de horas requeridas para el tema comunicación efectiva

Temas	Horas
• Puntos claves para ser un comunicador efectivo.	1
• Pasos para incrementar la habilidad de escuchar.	2
• Claves para una comunicación efectiva.	1
• Técnicas de comunicación eficaz.	2
Total de horas	6

3- Capacidad y comportamiento proactivo

Objetivo: Promover la capacidad proactiva de los empleados que permita lograr y desarrollar plenamente proyectos, estableciendo altas metas y claridad de afrontar situaciones difíciles.

Cuadro 3.7. Números de horas requeridas para el tema capacidad y comportamiento proactivo

Temas	Horas
• Importancia del comportamiento proactivo.	1
• Comportamiento proactivo vs reactivo.	2
• Proactividad y éxito profesional.	1
• El comportamiento proactivo en el entorno laboral.	2
Total de horas	6

4- Capacidad de superar la adversidad

Objetivo: Evitar que la adversidad lleve a la desmotivación del emprendedor haciéndolo renunciar a proyectos en proceso.

Cuadro 3.8. Números de horas requeridas para el tema capacidad de superar la adversidad

Temas	Horas
• Características de las personas para superar la adversidad.	1
• Beneficios de las personas capaces de superar la adversidad.	1
• Claves para superar la adversidad.	2
• Estrategias para aumentar la capacidad de superar las adversidades.	1
Total de horas	5

5- Trabajo en equipo

Objetivo: Promover la integración satisfactoria a equipos de trabajo, identificando objetivos, aportando información y acciones que beneficien la tarea común.

Cuadro 3.9. Números de horas requeridas para el tema trabajo en equipo

Temas	Horas
• Ventajas del trabajo en equipo.	2
• El administrador del tiempo en el trabajo en equipo.	2
• Estrategia que fomentan el trabajo en equipo.	2
• Técnicas de trabajo en equipo.	2
Total de horas	8

6- Capacidad para generar soluciones

Objetivo: Generar soluciones novedosas que surjan de ver los problemas o situaciones retadoras desde nuevas perspectivas.

Cuadro 3.10. Números de horas requeridas para el tema capacidad para generar soluciones

Temas	Horas
• Entrenamiento en solución de problemas.	2
• Estilos de solución de problemas.	1
• Estrategias alternativas para generar soluciones.	2
• Implementación de las soluciones y verificaciones.	2
Total de horas	7

7- Orientación al logro

Objetivo: Desarrollar la capacidad del trabajador de fijarse metas retadoras y luchar para alcanzarlas.

Cuadro 3.11. Números de horas requeridas para el tema orientación al logro

Temas	Horas
• Elementos de la orientación al logro.	1
• Procesos de orientación al logro.	2
• Modelo de aplicación del logro.	2
• Claves para tener éxito en un proyecto.	2
Total de horas	7

8- Habilidad en la toma de decisiones

Objetivo: Fomentar la capacidad de tomar las decisiones correctas que dicten el funcionamiento adecuado de los proyectos.

Cuadro 3.12. Números de horas requeridas para el tema habilidad en la toma de decisiones

Temas	Horas
• Procedimiento de la toma de decisiones.	2
• Enfoque sistemático para la toma de decisiones.	1
• Contexto empresarial en la toma de decisiones.	1
• Capacidad de identificar los aspectos relevantes para la toma de decisiones.	2
Total de horas	6

9- Orientación al cliente

Objetivo: Fortalecer el interés por brindar un servicio enfocado plenamente en la satisfacción pronta y completa de las necesidades de los clientes.

Cuadro 3.13. Números de horas requeridas para el tema orientación al cliente

Temas	Horas
• Características de orientación al cliente.	1
• Fidelización de clientes.	2
• Mejora continua de la prestación del servicio para brindar una atención excepcional y sorprendente.	2
• ¿Cómo lograr la satisfacción de los clientes?	2
Total de horas	7

5.3.3. Resumen de los temas y número de horas necesarias para la formación de empleados.

La formación a empleados se desarrollará en el periodo de un año, en el cual se formará a 90 trabajadores divididos en 3 grupos de 30 personas cada uno, la duración de capacitación para cada grupo será de 60 horas, contando con un mes intermedio para la planeación de las capacitaciones del siguiente grupo, seguidamente se presenta un resumen:

Cuadro 3.14. Resumen de temas y horas necesarias para la formación de empleados.

Capacitación en emprendedurismo administrada por la empresa												
Meses	Grupo # 1				Grupo # 2				Grupo # 3			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Temas	Planificación de capacitación grupo 1	Horas	Horas	Horas	Cierre, entrega de diplomas y Planificación de capacitación grupo 2	Horas	Horas	Horas	Cierre, entrega de diplomas y Planificación capacitación grupo 3	Horas	Horas	Horas
1- Liderazgo		8				8				8		
2- Comunicación efectiva		6				6				6		
3- Capacidad y comportamiento proactivo		6				6				6		
4- Capacidad para superar la adversidad			5				5				5	
5- Trabajo en equipo			8				8				8	
6- Capacidad para generar soluciones			7				7				7	
7- Orientación al logro				7				7				7
8- Habilidad en la toma de decisiones				6				6				6
9- Orientación al cliente				7				7				7
Total de horas por mes			20	20		20		20		20	20	
Horas por grupo		60				60				60		

Clausura del proyecto

5.4. Localización de las instalaciones para la formación.

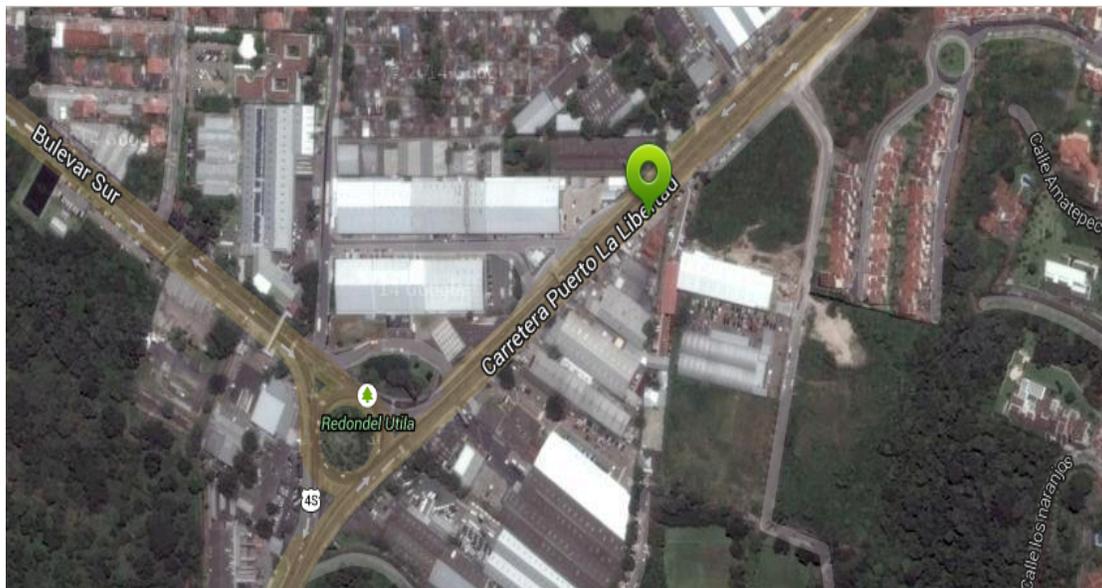
Típicos Margoth tiene una sala de usos múltiples ubicada en la carretera al Puerto de La Libertad km. 10 ½, Santa Tecla, La Libertad, la cual cumple con espacio, tamaño, ubicación y adecuación necesaria para la formación de los empleados.

La sala de usos múltiples es utilizada para diferentes celebraciones de los clientes, entre las que se pueden mencionar baby showers, cumpleaños, té y capacitaciones; cuenta con medidas aproximadas de 13 mts por 11.90 mts, con capacidad para 30 a 50 personas, posee aire acondicionado, conexión a internet y servicios sanitarios internos.

Se presenta el esquema de la ubicación del restaurante de Típicos Margoth ubicado en Santa Tecla, La Libertad.

Título: Ubicación referencial del restaurante y centro de producción carretera al puerto de La Libertad.

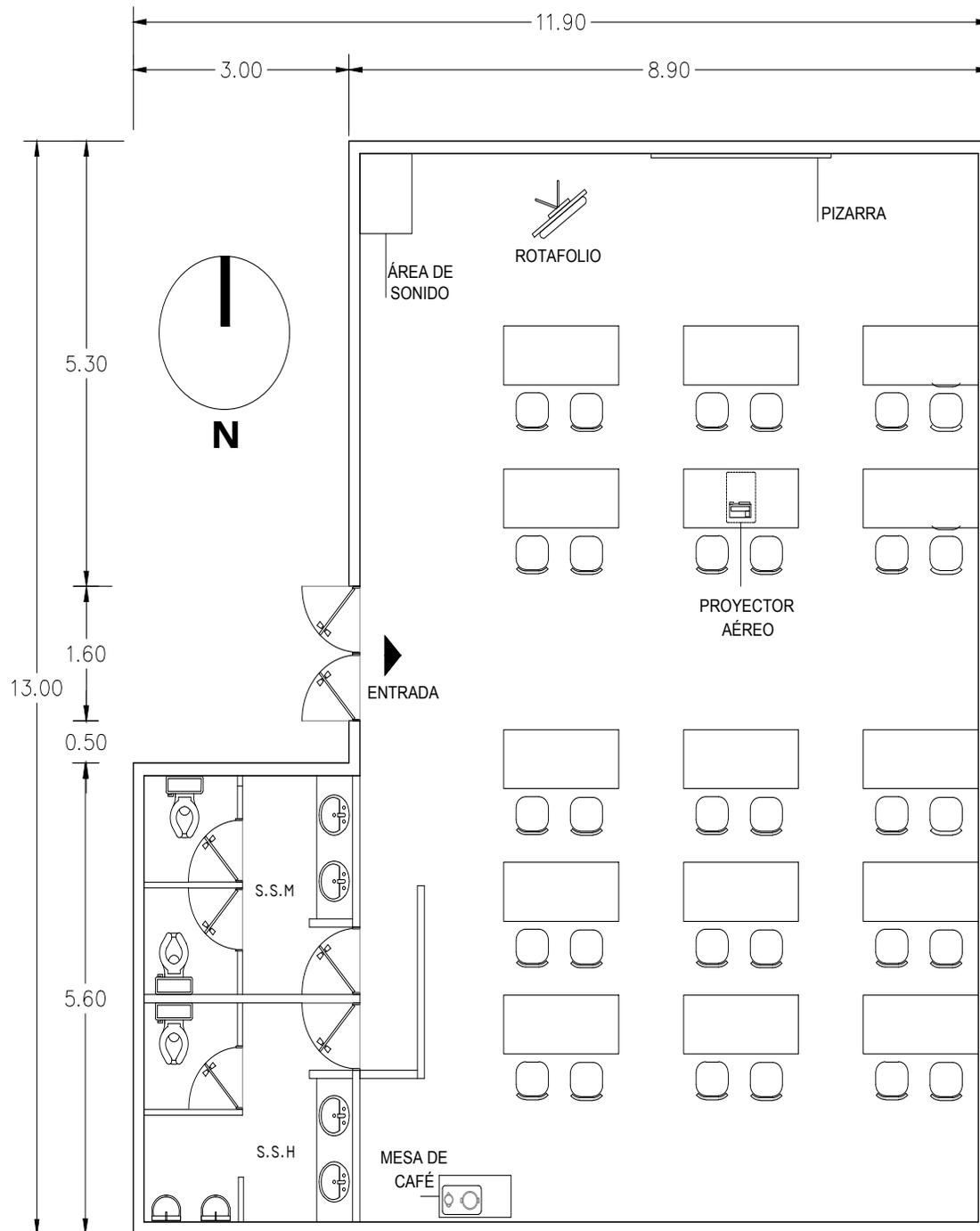
Figura 3.3.



Fuente: http://www.gosur.com/map/?gclid=COvnj_nz8sACFZTm7Aod7GEAmg#.

Título: Plano de local de usos múltiples de Típicos Margoth, simulando una distribución de planta y equipo.

Figura 3.4.



Plano sin escala

Fuente: Elaborado por equipo investigador

5.5. Mobiliario y equipo

Actualmente la sala de usos múltiples de Típicos Margoth está equipada con el mobiliario y equipo detallado en el siguiente cuadro, oportuno es mencionar que los bienes detallados se encuentran en buenas condiciones de operación, estimándose que superarán el tiempo que serán usados para el proyecto.

Cuadro 3.15. Mobiliario y equipo

Mobiliario y equipo	Imagen	Descripción
Pizarra blanca		Pizarra de superficie lisa y plana de madera, formica y lienzo barnizado con medidas de 1000mm de alto, 1500mm de largo y 40mm de ancho, a todo lo largo cuenta con un porta plumón y un marco de perfil angular de aluminio, año de adquisición 2012.
Rota folio		Pizarra blanca de 68 x 105 cms con pie metálico, con sujetador de páginas en la parte superior, ubicado entre la pizarra y el sistema de sonido, año de adquisición 2014.
Proyector		El proyector con el que cuenta la empresa es marca Epson powerlite w18, con tamaño de imagen 33 pulgadas a 318 pulgadas, profesional, instalado de forma aérea para optimizar el espacio, año de adquisición 2012.
Computadora		Típicos Margoth posee una computadora macbook air, con memoria de 4 gb, disco duro de 256 Gb y pantalla de 13.3 pulgadas, año de adquisición 2012.
Sistema de sonido		Mini amplificador de 2 x 40 watts, con amplificador de potencia, entrada de volumen master, cuenta con 2 altavoces, ubicado al frente del salón, año de adquisición 2013.
Mesas		Mesas marca Lifetime, plegables color blanco con medidas de 1.22 metros de largo, ubicadas a lo largo del salón de usos múltiples, año de adquisición 2011.
Sillas		Sillas plegables de plástico y acero Lifetime color blanco, año de adquisición 2011.

5.6. Evaluación económica.

Para la ejecución de la formación de empleados de Típicos Margoth es necesario considerar los costos en los que incurrirá la empresa, entre ellos el material didáctico, contratación de capacitadores, alimentación y otros.

Paralelo al desarrollo del programa de formación, la empresa realizará una campaña publicitaria, destacando cómo forma y fortalece los aspectos emprendedores en el recurso humano.

Se enfocará en mostrar el apoyo que brinda al personal, con la finalidad de que se conviertan en socios del negocio.

La publicidad la hará por medio de spot con duración de 3 minutos, los que serán expuestos en las salas de ventas.

En la evaluación económica no se considera la inversión en mobiliario y equipo, puesto que el salón de usos múltiples con el que cuenta Típicos Margoth posee las características necesarias para la ejecución adecuada de las capacitaciones y el mobiliario, según la necesidad del proyecto, cuya vida operativa superará la del proceso de formación.

INSAFORP puede otorgar un financiamiento de hasta el 85% de la inversión total, sin embargo para el presente estudio económico no se ha considerado dicho aporte.

Cuadro 3.16. Detalle de inversión de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth.

Capacitación administrada por Típicos Margoth		
Honorarios de los capacitadores		\$13,500.00
Contratación de servicios profesionales	\$13,500.00	
Gastos de operación		\$ 5,400.00
Material didáctico	\$450.00	
Gastos de alimentación	\$4,050.00	
Mantenimiento de local	\$540.00	
Servicios básicos	\$360.00	
Gastos publicitarios		\$3,500.00
Total inversión inicial		\$22,400.00

Ver detalles en anexo 7

5.6.1. Pronóstico de ventas sin proyecto

Con el desarrollo del proyecto de capacitaciones administradas por Típicos Margoth, se espera que las ventas se incrementen, ya que los empleados se encontraran más motivados y

comprometidos con la empresa, desempeñando las actividades asignadas de una forma eficiente y eficaz. Desde luego que la difusión de información jugará un papel importante para tal fin, mostrando el apoyo que se brinda al personal, con la finalidad que se conviertan en socios del negocio.

La empresa desarrollará una campaña de relaciones públicas, la cual se llevará a cabo a través de spot transmitidos en las pantallas de los restaurantes, sobre el compromiso que se tiene con la formación del desarrollo personal y profesional del recurso humano, por lo tanto fortalecerá su imagen corporativa.

A continuación se han proyectado las ventas de Típicos Margoth en base al método de regresión. Para ello se tomaron los datos históricos de ventas entre los años 2009 a 2013. Consecuentemente se proyectaron los años 2014 a 2020.

Cuadro 3.17. Proyección de ventas de Típicos Margoth

Años	No.	Ventas	Observaciones
2009	1	\$ 2269,251.30	
2010	2	\$ 2279,403.20	
2011	3	\$ 2399,371.79	
2012	4	\$ 2448,338.56	
2013	5	\$ 2939,405.19	
2014	6	\$ 2919,926.95	
2015	7	\$ 3070,851.26	Ejecución del proyecto
2016	8	\$ 3221,775.58	
2017	9	\$ 3372,699.89	
2018	10	\$ 3523,624.21	Recuperación
2019	11	\$ 3674,548.52	de la inversión
2020	12	\$ 3825,472.83	

El método de regresión está desarrollado en el anexo 8, en el que se expone la situación de la empresa sin considerar el impacto del proyecto de formación de los empleados.

5.6.2. Pronóstico de ventas con proyecto

La formación del recurso humano tendrá un impacto positivo sobre las ventas de la empresa, el cual se verá reflejado desde dos aspectos, primeramente por el hecho de que habrá mayor compromiso de parte de los involucrados en el proyecto, y en otro, porque los clientes conocerán del mismo por medio de la campaña de imagen empresarial que se desarrollará.

Con la finalidad de precisar sobre el pronóstico de las ventas, cuando el proyecto se ejecute, se procede a analizar la información respectiva para los doce meses del año 2013. Debido a la política de confidencialidad sobre este tipo de documentos, la empresa no ha facilitado detalles de otros años relacionados con las ventas, por lo que el modelo obviamente carecerá de cierto nivel de precisión.

Seguidamente se tienen los datos de las ventas reportadas por la empresa durante el año 2013.

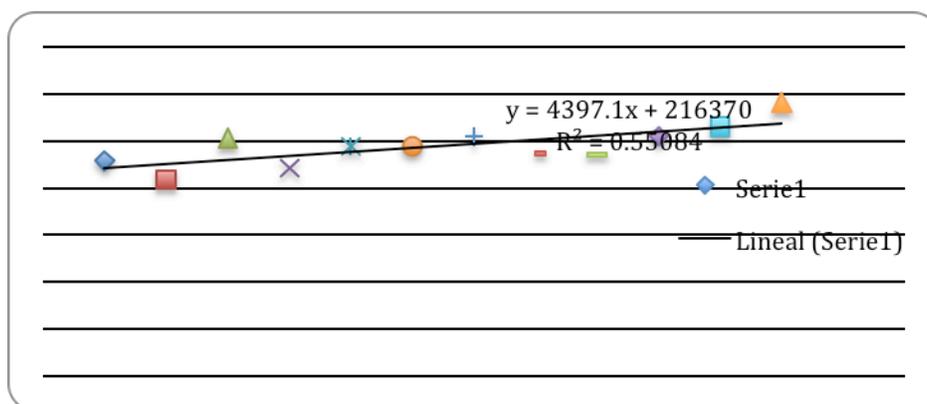
Cuadro 3.18. Ventas mensuales de Típicos Margoth del año 2013

MES	No.	VENTAS AÑO 2013
ENERO	1	\$ 228,950.42
FEBRERO	2	\$ 209,305.66
MARZO	3	\$ 253,167.79
ABRIL	4	\$ 221,167.94
MAYO	5	\$ 244,471.66
JUNIO	6	\$ 244,442.69
JULIO	7	\$ 254,216.80
AGOSTO	8	\$ 236,672.53
SEPTIEMBRE	9	\$ 235,759.18
OCTUBRE	10	\$ 255,102.23
NOVIEMBRE	11	\$ 265,371.21
DICIEMBRE	12	\$ 290,777.08
TOTALES		\$ 2939,405.19

El comportamiento de las ventas presenta una tendencia al alza, observando que del mes de enero a junio el incremento en las ventas es aproximadamente de \$15,492.27 y de julio a diciembre se incrementan en \$36,560.28.

Es importante destacar que cada año la empresa desarrolla una campaña publicitaria, motivada por la celebración del aniversario de su fundadora. Se realiza durante los meses de julio a septiembre, en la cual se presentan diferentes promociones y ofertas especiales para la época navideña. Como resultado de la campaña se produce el incremento de las ventas para el segundo semestre, superior a las ventas del primer semestre, tal como se expresó en el párrafo anterior.

Al analizar las ventas del año 2013 por medio del método de regresión, se obtiene lo siguiente.



Análisis estadístico

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.742186551
Coefficiente de determinación R ²	0.550840877
R ² ajustado	0.505924964
Error típico	15014.70381
Observaciones	12

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	2764772966	2764772966	12.26382473	0.005707648
Residuos	10	2254413306	225441330.6		
Total	11	5019186272			

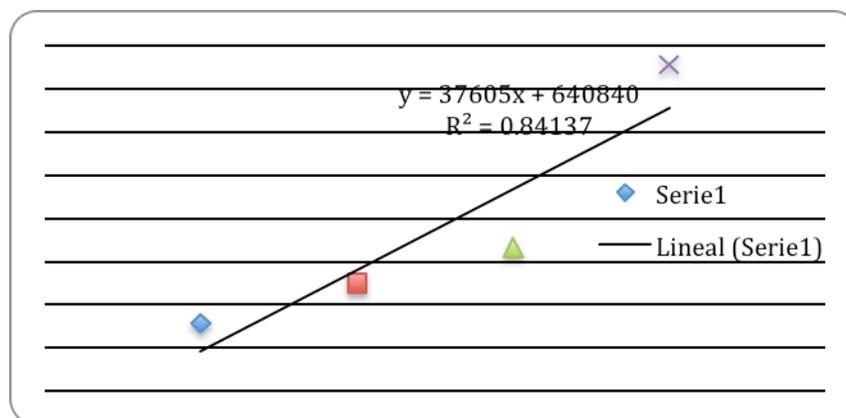
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	216369.5868	9240.911396	23.41431246	4.57406E-10	195779.5532	236959.6204	195779.5532	236959.6204
Variable X 1	4397.053182	1255.59261	3.501974404	0.005707648	1599.418518	7194.687846	1599.418518	7194.687846

El resultado del modelo de regresión del año 2013 confirma que existe relación entre las variables obteniendo un 0.74 como coeficiente de correlación y a futuro este comportamiento se puede mantener con un coeficiente de determinación de 0.55.

Al reestructurar las ventas de forma trimestral puede determinarse que tienen una tendencia creciente como se ilustra en el siguiente cuadro.

AÑO 2013	No	VENTAS TRIMESTRALES	
1° trimestre	1	\$	691,423.87
2° trimestre	2	\$	710,082.29
3° trimestre	3	\$	726,648.51
4° trimestre	4	\$	811,250.52
TOTAL		\$	2939,405.19

Aplicando el método de regresión se tiene lo siguiente.



Análisis estadístico.

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.917263699
Coefficiente de determinación R ²	0.841372693
R ² ajustado	0.762059039
Error típico	25817.01004
Observaciones	4

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	7070536099	7070536099	10.60816965	0.082736301
Residuos	2	1333036015	666518007.3		
Total	3	8403572113			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	640839.755	31619.25064	20.26739224	0.002425615	504793.0999	776886.4101	504793.0999	776886.4101
Variable X 1	37604.617	11545.71788	3.257018522	0.082736301	-12072.59757	87281.83157	-12072.59757	87281.83157

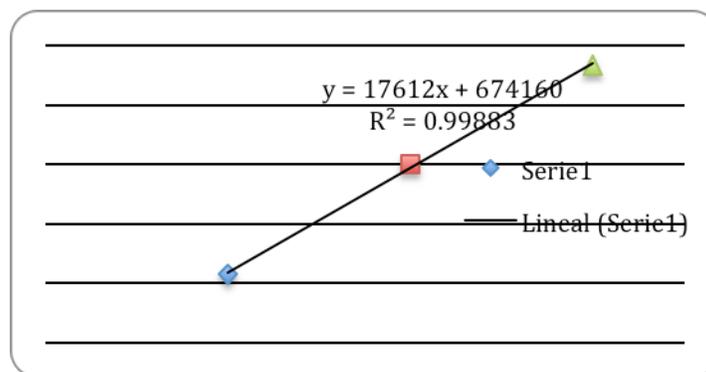
Es evidente que las ventas del cuarto trimestre de 2013 tienen un crecimiento particular y elevado con respecto a los otros tres periodos. Esto es debido a la campaña publicitaria por la celebración del aniversario de su fundadora, práctica que ha desarrollado a lo largo de varios años.

En el análisis estadístico presentado anteriormente se confirma por medio del coeficiente de correlación la existencia de una fuerte relación entre las variables y el coeficiente de determinación establece que dicha relación se puede mantener a futuro. El mismo análisis demuestra que el comportamiento de las ventas en períodos trimestrales tiene mayor solidez y predictibilidad que el de períodos mensuales. Por tal razón, a continuación se realiza un análisis más utilizando períodos trimestrales.

Conociendo la manera de dirigir la empresa, el cual es conservador en la toma de decisiones, se considera conveniente no ser muy optimista respecto al incremento de las ventas como resultado de la campaña de imagen corporativa relacionada al proyecto en estudio.

Sobre la base de lo anteriormente expresado, a continuación se proyectaran las ventas del cuarto trimestre según los datos de tres trimestres del año 2013.

AÑO 2013	No	VENTAS TRIMESTRALES
1° trimestre	1	\$ 691,423.87
2° trimestre	2	\$ 710,082.29
3° trimestre	3	\$ 726,648.51
TOTAL		\$ 2128,154.67



Análisis estadístico.

Estadísticas de la regresión	
Coefficiente de correlación múltiple	0.999412539
Coefficiente de determinación R ²	0.998825423
R ² ajustado	0.997650845
Error típico	854.1370733
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	620387631.6	620387631.6	850.3701083	0.021822574
Residuos	1	729550.14	729550.14		
Total	2	621117181.7			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%
Intercepción	674160.25	1304.715931	516.710369	0.001232062	657582.2623	690738.2377	657582.2623	690738.2377
Variable X 1	17612.32	603.9661166	29.16110609	0.021822574	9938.20287	25286.43713	9938.20287	25286.43713

Para determinar las ventas del cuarto trimestre se desarrolló la ecuación obtenida, es decir

$$\gamma = 17,612.32 (X) + 674,160.25$$

$$\gamma = 17,612.32 (4) + 674,160.25$$

$$\gamma = 744,609.53$$

Obteniendo de esta forma ventas más medidas en comparación a las que se obtuvieron en el año 2013, llegando a alcanzar coeficientes de correlación y determinación casi exactos de la relación entre sus variables.

Por lo tanto, para efectos de análisis, los datos de las ventas quedan estructurados como sigue.

PERIODO	No.	VENTAS TRIMESTRALES
1° trimestre	1	\$ 691,423.87
2° trimestre	2	\$ 710,082.29
3° trimestre	3	\$ 726,648.51
4° trimestre	4	\$ 744,609.53
TOTAL		\$ 2872,764.20

5.6.2.1. Determinación del porcentaje de incremento en las ventas como producto del proyecto de formación.

Para determinar el porcentaje de incremento en las ventas, se realizó un análisis de las ventas del año 2013, tal como se ha mencionado anteriormente, la empresa mostró cierta limitante para brindar información de las ventas anteriores y posteriores al año 2013.

Cuadro 3.19. Variación en las ventas del año 2013 mensualmente.

Meses	No.	Ventas por meses	Incremento (\$)	Incremento (%)
Enero	1	\$ 228,950.42		
Febrero	2	\$ 209,305.66	\$ (19,644.76)	-8.580356%
Marzo	3	\$ 253,167.79	\$ 43,862.13	20.956017%
Abril	4	\$ 221,167.94	\$ (31,999.85)	-12.639779%
Mayo	5	\$ 244,471.66	\$ 23,303.72	10.536663%
Junio	6	\$ 244,442.69	\$ (28.97)	-0.011850%
Julio	7	\$ 254,216.80	\$ 9,774.11	3.998528%
Agosto	8	\$ 236,672.53	\$ (17,544.27)	-6.901302%
Septiembre	9	\$ 235,759.18	\$ (913.35)	-0.385913%
Octubre	10	\$ 255,102.23	\$ 19,343.05	8.204580%
Noviembre	11	\$ 265,371.21	\$ 10,268.98	4.025437%
Diciembre	12	\$ 290,777.08	\$ 25,405.87	9.573710%
Total		\$ 2939,405.19		

Como se puede observar, existe un porcentaje de incremento en las ventas muy variado en cantidades monetarias, las razones por las cuales se dan estas variaciones son las siguientes:

1- Durante los primeros meses del año, es decir, enero y febrero, las personas dedican la mayor parte de su presupuesto en los gastos escolares, como la compra de útiles, matrícula, cuotas de colegiatura, compra de uniformes, entre otros; y aunque en el mes de febrero se celebra el día del amor y la amistad, la empresa no hace una campaña publicitaria para lanzar productos alusivos a la celebración, esta se limita ambientar con globos rojos y blancos.

2- En el año 2013, la Semana Santa se celebró en el mes de marzo, época en la cual los clientes demandaron platillos típicos de los cuales los más populares son: sopa de tortas de pescado o sopa de mariscos, arroz con almejas servido con tortillas calientes hechas de harina de maíz, conservas de plátano o mango, dulces de fruta seca y torrijas, incluyendo en el menú uno de los platos tradicionales para la época, que es el relleno de pescado; todo ello influyó positivamente en las ventas.

3- El mes de abril presentó descenso en las ventas respecto a marzo.

4- El mes de mayo fue muy peculiar en el número de días festivos, los cuales propiciaron que un mayor número de clientes demandaran los productos de Típicos Margoth, entre algunas de estas festividades se pueden mencionar: 1 de mayo, día del trabajo; 3 de mayo, día de la cruz; 7 de mayo, día del soldado; 10 de mayo, día de la madre; 15 de mayo, día de la enfermera; 17 de mayo, día del contador; fechas que contribuyeron a que las ventas incrementaran, pues no se limita a dar servicios en los restaurantes sino también a domicilio.

5- En el mes de junio se celebraron dos festividades importantes, el día 17 de junio, día del padre, que desde el año 2013 fue decretado como asueto nacional y el 22, día del maestro. Debido a que solo hay dos días festivos se deduce la disminución en el volumen de las ventas, otras fechas que no son tan conocidas o celebradas son el 05, día mundial del medio ambiente, y el 30 día del abogado.

6- En el mes de julio tres gremios importantes celebraron su día festivo, el gremio médico, celebró el 14 de julio el día del médico; el 25 de julio, se celebró el día del alumno; y el 31 de julio el día del periodista; provocando que las ventas tuvieran un leve incremento, sin embargo, durante este mes se celebran las fiestas patronales en el departamento de Santa Ana, razón por la cual muchos capitalinos visitan la ciudad morena para ser partícipes de sus fiestas.

7- En agosto se desarrollaron las festividades en honor al Divino Salvador del Mundo. Las fiestas patronales fueron del 1 al 6 de agosto, el día 3 se dedicó al comercio. Dichos eventos no representaron una variable positiva en las ventas, principalmente porque en los días de asueto a nivel nacional, las personas viajan a diversos rumbos y en su mayoría visitan ferias de juegos mecánicos, viajan a sus lugares de origen o disfrutan visitando lugares turísticos.

8- En el mes de septiembre los restaurantes de Típicos Margoth, se decoraron con banderines azules y blancos, simbolizando el mes cívico, el 15 de septiembre se conmemora el día de la independencia en el país; cabe mencionar que en ese mismo mes, del año 2001, fue grabado un video clic de la Orquesta Nueva Sangre Morena, "Las Pupusas", en las instalaciones de Típicos Margoth de Santa Tecla, sobre la calle Chiltiupan, donde los protagonistas del video son empleados del área de servicio del restaurante y parte de la familia propietaria del negocio, y especialmente en ese mes es transmitido el video en las pantallas de los restaurantes.

9- En el mes de octubre se celebró el aniversario de la fundadora de Típicos Margoth, motivo por el cual se lanzó una campaña publicitaria, que fue planificada y realizada durante los meses de julio a septiembre, la empresa contratada para los servicios de marketing, tuvo las instrucciones de instalar la publicidad el 30 de septiembre, para que la mañana del día siguiente la publicidad fuera visible. La publicidad que hacen es la promoción del combo Margoth que contiene 15 pupusas de la especialidad que el cliente prefiera, acompañado de un litro y medio de horchata, cebada o soda; también el denominado martes de pupusas, en el que los martes del mes de octubre las pupusas tienen el costo de \$0.50, cuando el precio

regular es de \$0.95. Para ambas promociones se lanzó publicidad en los periódicos de mayor circulación en el país, como también en algunos programas de televisión que transmite el Canal 12 y además se distribuyeron flyers, lo cual contribuyó a que las ventas aumentaran.

Otra celebración importante durante el mes de octubre para Típicos Margoth, fue el día del niño, el cual se celebró el primer sábado del mes y se festejó a los niños que visitaron los restaurantes, realizando rifas con premios sorpresas, productos del restaurante y payasitas, animando las instalaciones con música infantil y pinta caritas, día atractivo para las familias que visitaron los restaurante.

10 - En noviembre se celebró "El Día Nacional de Las Pupusas", tal como lo establece el Decreto Legislativo No. 655, publicado en el Diario Oficial N°73, del 20 de abril de 2005, que también establece a las pupusas como "Plato Nacional de El Salvador", en razón de su procedencia autóctona y aceptación popular, siendo la pupusa el producto de mayor venta en los restaurantes. Motivo por el cual la demanda de este platillo durante el mes fue bastante alta, teniendo un impacto positivo en las ventas, y se vio reflejado en los clientes que visitaron los restaurantes y en los pedidos a domicilio que fueron atendidos. Cabe mencionar que la gerencia solicitó al personal administrativo su apoyo para ese día debido a la alta demanda, y el personal operativo era insuficiente para atender las demandas de sus clientes.

11 - En el mes de diciembre Típicos Margoth distribuyó flyers en puntos estratégicos, en los que reflejaba diferentes combos de pavos horneados y otros productos que son demandados en la época navideña; a pesar que la publicidad fue mínima, Típicos Margoth obtuvo elevados ingresos producto de los pavos horneados y de su sabor que agrada a sus clientes. Resaltar que para este mes en particular la población percibe más ingresos como aguinaldo, bonificaciones, y en algunos casos reparto de utilidades por cumplimientos de metas entre otros, este factor es contribuyente en el comportamiento de las ventas para el último mes del año.

Luego de haber analizado las cifras de ventas mensuales del año 2013, se observa que los datos son oscilatorios de periodo a periodo. Para el caso de los primeros nueve meses del año, en cinco de ellos las cifras de ventas fueron menores que las del periodo anterior.

Un comportamiento diferente se presentó para los últimos tres meses del año, a partir de octubre las cifras fueron en constante ascenso, producto del esfuerzo realizado en la campaña publicitaria y en las diferentes promociones, logrando cerrar el mes de diciembre con un aumento en las ventas de \$25,405.87, con respecto a las de noviembre.

- **Análisis estadístico descriptivo de las ventas mensuales del año 2013**

En la página 107 se mostró el comportamiento de las ventas mensuales del año 2013; en ellas se presentaron cinco meses (febrero, abril, junio, agosto y septiembre) con disminución en las ventas con respecto a periodos anteriores. Las causas de dichas disminuciones fueron

variadas, como la celebración de festividades que propiciaron que las personas disfrutaran en familia en diferentes lugares turísticos en los cuales se ofrecen antojitos típicos económicos; otro factor que contribuyó a las variaciones en las ventas es la ausencia de publicidad de parte de la empresa, limitándose únicamente en la poca ambientación de los locales, lo cual, no logra incentivar a las personas a realizar sus celebraciones en los restaurantes de Típicos Margoth; otro aspecto importante es el ingreso económico de las familias salvadoreñas, es decir, para el año 2013 el salario mínimo fue de \$246.51 en el sector comercio y servicios³⁶, lo cual limita el uso de los ingresos, destinados principalmente para gastos básicos como alimentación, salud, educación, transporte, otros; reduciendo la disponibilidad para el esparcimiento.

Como se puede observar, en el análisis mensual el comportamiento de las ventas fue fluctuante; por lo que se procederá a desarrollar un análisis trimestral de las mismas para el 2013, con la finalidad de determinar el nivel de fluctuación.

Seguidamente se presenta la tabla a analizar con periodos trimestrales de ventas para 2013.

Cuadro 3.20. Modelo trimestral

Trimestre	No.	Ventas por trimestre	Incremento (\$)	Incremento (%)
Primero	1	\$ 691,423.87		
Segundo	2	\$ 710,082.29	\$ 18,658.42	2.698550%
Tercero	3	\$ 726,648.51	\$ 16,566.22	2.333000%
Cuarto	4	\$ 811,250.52	\$ 84,602.01	11.642769%
Total		\$ 2939,405.19		

Como resultado del análisis de la tabla anterior se observa que el segundo trimestre presenta un incremento en las ventas de 2.69% con respecto a las del primer trimestre, el tercer trimestre 2.33% con respecto a las del segundo trimestre y el cuarto trimestre 11.64% con respecto a las del tercer trimestre.

Es importante señalar y resaltar que el cuarto trimestre tiene un incremento en las ventas positivo y muy peculiar, el mismo se debe a que a partir del mes de julio la empresa lanza una campaña publicitaria, enfocada a la celebración del aniversario de su fundadora y las promociones navideñas, dando a conocer los productos y diferentes promociones, lo cual, **impacta positivamente en las ventas de los meses de octubre, noviembre y diciembre.**

- **Análisis estadístico descriptivo de las ventas trimestrales del año 2013**

1- Los primeros tres meses del año se caracterizan por diferentes obligaciones económicas a las que las personas dedican sus ingresos, como los gastos escolares y otros, dando como resultado que el primer trimestre fue el periodo con menores ingresos durante el año 2013.

³⁶http://www.mtps.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=1366:salario-minimo-en-el-salvador-2009-2013&catid=25:avisos-ciudadano&Itemid=76 - Consultado el 03-03-15

2- Para el segundo trimestre se presentó el primer periodo vacacional prolongado, es decir, Semana Santa, las personas disfrutaron de sus vacaciones consumiendo alimentos y platos típicos; además, en el mes de mayo se dan diversos tipos de celebraciones como el día del trabajo, día de la cruz, día de la madre, y otras como día del soldado, día de la enfermera, día del contador, etc. Dichas festividades contribuyeron a que la empresa incrementara sus ventas en un 2.69% en comparación al primer trimestre del año, este incremento fue posible por las diferentes celebraciones que propician el consumo de comida típica y disfrutar de momentos agradables en establecimientos con un ambiente alusivo a la celebración.

3- El tercer trimestre presentó el segundo periodo de vacaciones prolongadas, es decir, las vacaciones en honor al Divino Salvador del Mundo, por consiguiente se derivó un leve incremento en las ventas, con respecto al periodo anterior. Durante este periodo las empresas dedican más publicidad a exhortar a que las personas decidan disfrutar sus vacaciones, realizando visitas a juegos mecánicos, ferias, desfiles o simplemente viajes familiares a diferentes lugares turísticos en los que en su mayoría se ofrecen antojitos típicos. Logrando alcanzar el 2.33% de incremento en las ventas con respecto al periodo anterior. ***Alusivo a las fiestas del Divino Salvador del Mundo, Típicos Margoth no se enfoca hacer publicidad.***

4- El último trimestre del año incluyó el tercer periodo de vacaciones prolongadas, el cual representó un alto impacto en el incremento en las ventas, resultado generado por la campaña publicitaria que la empresa realiza en alusión a la celebración del aniversario de su fundadora, al día de la pupusa y las diferentes promociones navideñas, logrando un máximo incremento trimestral en las ventas durante el año, siendo este del 11.64% en sus ventas con respecto al periodo anterior. ***Este periodo tiene este peculiar comportamiento impactado por la publicidad y Típicos Margoth al igual que otros negocios, desarrolla la respectiva campaña alusiva a la época.***

Al reestructurar las ventas del año 2013 en periodos trimestrales, se logró obtener datos con menores variaciones de periodo a periodo; el primer trimestre fue el periodo con menores ingresos (\$691,423.87), en el segundo periodo se logró incrementar las ventas alcanzando los \$710,082.29, para el tercer trimestre las ventas fueron de \$726,648.51, claramente se reflejó que las promociones y la campaña publicitaria incidieron en las ventas del último periodo elevándolas hasta \$811,250.52.

El cuarto trimestre creció en 11.64% con respecto al periodo anterior fundamentalmente porque en el mes de octubre se celebró el aniversario de la fundadora de Típicos Margoth, motivo por el cual se lanzó una campaña publicitaria, que fue planificada y realizada durante los meses de julio a septiembre, así mismo en el mes de diciembre Típicos Margoth distribuyó flyers en puntos estratégicos, en los que reflejaba diferentes combos de pavos horneados, producto exclusivo de dicho mes. ***Por lo tanto, se ha determinado que la campaña***

publicitaria si tiene un impacto positivo en el volumen de las ventas, principalmente en el cuarto trimestre.

- **Comparación del análisis estadístico de las ventas mensuales y trimestrales**

En la siguiente tabla se muestran los coeficientes de correlación y determinación de los modelos de ventas mensual y trimestral. El objetivo es realizar el análisis con la finalidad de determinar el modelo a utilizar para el proyecto en estudio.

Cuadro 3.21. Comparación de análisis estadístico de ventas mensuales y trimestrales

DATOS	MODELO	
	MENSUAL	TRIMESTRAL
Coefficiente de Correlación	0.7422	0.9173
Coefficiente de Determinación	0.5508	0.8414

El coeficiente de correlación mensual es de 0.7422 mientras que en el modelo trimestral es de 0.9173 por lo que se comprueba que en el modelo trimestral las variables se relacionan mejor; y el coeficiente de determinación mensual es de 0.5508 mientras que en el modelo trimestral se comprueba la calidad del modelo para replicar los resultados que es de 0.8414.

El modelo reestructurado de forma trimestral demuestra un mejor comportamiento que el modelo estructurado de forma mensual, ya que se observa que tanto los coeficientes de correlación como de determinación mejoran y brindan una información más cercana a uno. ***Por lo tanto, para efectos de la proyección se utilizará el modelo de regresión estructurado de forma trimestral.***

- **Reestructuración y análisis de las cifras trimestrales de ventas del año 2013.**

Como ha sido expuesto anteriormente, la empresa desarrolla su campaña publicitaria al final del tercer trimestre, hecho que impacta positivamente las ventas del cuarto trimestre; pero es evidente que la empresa no proyecta sus ventas precisamente en aspectos publicitarios, más bien las fundamenta en el hecho de que sus clientes conocen la tradición de la empresa de celebrar en octubre el aniversario de su fundadora.

En vista que la empresa es muy conservadora con respecto a la publicidad, se procederá a proyectar el cuarto trimestre en base a los tres primeros; todo ello debido a que en el modelo reestructurado de forma trimestral presentado en la página 114, el incremento de las ventas del cuarto periodo resultó ser de 11.64%, cifra de crecimiento que es excepcional cuando se compara con los tres primeros periodos.

Por lo tanto, se debe considerar primordialmente la política muy conservadora que tiene la empresa con respecto a la publicidad, siendo evidente que durante nueve meses del

año prácticamente no lo hace, por lo que se procederá a suprimir el cuarto trimestre y se proyectará sobre la base de los tres primeros en los cuales los aspectos publicitarios prácticamente no son considerados.

Cuadro 3.22. Modelo trimestral proyectado

Trimestre	No.	Ventas por trimestre	Incremento (\$)	Incremento (%)
Primero	1	\$691,423.87		
Segundo	2	\$710,082.29	\$18,658.42	2.70%
Tercero	3	\$726,648.51	\$16,566.22	2.33%
Cuarto (proyectado)	4	\$744,609.53	\$17,961.02	2.47%
Total		\$2,872,764.20		

En la siguiente tabla se muestran los coeficientes de correlación y determinación del modelo de ventas trimestral. El objetivo es realizar el análisis con la finalidad de determinar la mejor relación funcional entre las variables en estudio.

Cuadro 3.23. Análisis estadísticos

DATOS	MODELO TRIMESTRAL	
	SIN PROYECCIÓN (pág 114)	CON PROYECCIÓN (pág 117)
Coefficiente de Correlación	0.9173	0.9994
Coefficiente de Determinación	0.8414	0.9988

Desarrollando el análisis del modelo trimestral se tiene que el coeficiente de correlación del modelo sin proyección es de 0.9173 mientras que en el modelo proyectado es de 0.9994 por lo que se comprueba que en este último las variables se relacionan mejor; además, el coeficiente de determinación es de 0.8414 mientras que en el modelo proyectado es de 0.9988 comprobando de esta forma la solidez del modelo.

El modelo trimestral proyectado muestra un mejor comportamiento que el modelo trimestral sin proyección, observándose que tanto los coeficientes de correlación como de determinación mejoran y brindan una mayor relación entre las variables.

Tanto el análisis estadístico del modelo trimestral proyectado como el conocimiento de la gestión empresarial han contribuido a identificar y sintetizar diferentes aspectos sobre:

Publicidad y ventas

1. En el mes de febrero Típicos Margoth limita sus aspectos de publicidad y venta únicamente a decorar los restaurantes alusivos al mes del amor y la amistad, sin hacer otro tipo de publicidad para el evento del mes.
2. En Semana Santa la empresa acostumbra ofrecer diferentes menús tradicionales de la época como: relleno de pescado, sopa de tortas de pescado, conservas de plátano o

mango, dulces de fruta seca y torrijas, sin que se realice publicidad especial para esta época.

3. Durante el año existen fechas importantes como las fiestas del Divino Salvador del Mundo, día del padre, día del maestro, día del contador entre otras festividades, para las cuales Típicos Margoth no realiza publicidad ni promociones que incentiven a los clientes a consumir sus productos, lo cual, ha provocado leves disminuciones en el volumen de ventas.
4. Para el mes de septiembre se observa un comportamiento similar al mes de febrero en el que el único tipo de publicidad que se realiza es la decoración alusiva al mes cívico.
5. En el mes de octubre celebra el aniversario de la fundadora de Típicos Margoth, motivo por el cual se lanza una campaña publicitaria, que es planificada y realizada durante los meses de julio a septiembre.
6. En octubre festeja el día del niño realizando rifas con premios sorpresas, productos del restaurante y payasitas, animando las instalaciones con música infantil y pinta caritas, día atractivo para las familias que visitan los restaurantes.
7. En el mes de diciembre distribuye flyers en puntos estratégicos, en los que refleja diferentes combos de pavos horneados y otros productos que son demandados en la época navideña.

Sobre políticas

8. Se ha comprobado que la empresa fundamenta una política muy conservadora relacionada a los aspectos publicitarios, sobre ello sucede que a partir del mes de julio se desarrolla una campaña publicitaria, por tradición, relacionada al aniversario de su fundadora. Las ventas se ven impactadas por la publicidad en el último trimestre. La observación realizada por medio del trabajo de campo, permite aseverar que la toma de decisiones en Típicos Margoth es poco flexible y concentrada.

Sobre proyectos desarrollados por la empresa

9. El comportamiento sobre la ejecución de proyectos durante los últimos cinco años, lleva a determinar que la empresa no se enfoca en realizarlos en las áreas de marketing, operaciones, finanzas, administración y recurso humano; ha existido poco interés en invertir en la apertura de sucursales, en la compra de maquinaria, proyectos de modernización de la producción, en la ejecución de programas de capacitaciones de mejoras o apoyo a su recurso humano, entre otros.

Dado que la empresa demuestra que los aspectos publicitarios y de ventas, los de políticas y proyectos tienen bajo empuje hacia una visión empresarial, se considera fundamental que:

1. Se debe aprovechar la oportunidad de la entrada en vigencia de la Ley y desarrollar **una estrategia** sobre este tema e incluir en el presupuesto una partida de provisión por retiro voluntario. Al respecto en la página siguiente se presenta una propuesta de la estrategia.

2. Las cifras de ventas, principalmente las del último trimestre, se consideran con mucha reserva, debido a que Típicos Margoth limita sus estrategias relacionadas a la publicidad.
3. Para determinar el crecimiento de las ventas anuales como resultado de la difusión del proyecto, no se incluirán las cifras de ventas del último trimestre que se reportaron en 2013; para dicho trimestre se proyectaran las ventas a partir de los tres primeros para el mismo año.

Estrategia de Típicos Margoth para distinguirse en el segmento de comidas

Siendo Típicos Margoth una empresa productora de alimentos, específicamente antojitos típicos, pondrá énfasis en la formación de empleados para convertirlos en emprendedores, contribuyendo a destacar a la empresa como una entidad comprometida con el bienestar social hacia los empleados y a la población en general.

La estrategia de Típicos Margoth se fundamentará en cinco características:

1. *Formación de empleados emprendedores*
Que los empleados formados sean los principales comunicadores para que los clientes conozcan y se motiven a consumir los productos y servicios.
2. *Difusión del proyecto de formación*
Dar a conocer el proyecto por medio de la publicidad de boca a boca y de spot publicitarios
 - 2.1. *Publicidad de boca a boca*
Desarrollada por medio de los empleados como principales comunicadores, de tal forma que ellos expresen de manera efectiva al menos a dos personas sobre el proyecto en mención.
 - 2.2. *Publicidad por medio de spot*
Utilizar los televisores en las salas de ventas para dar a conocer que la empresa se enfoca en el bienestar del recurso humano, desarrollando proyectos de formación de empleados para enriquecer tanto su imagen corporativa como para demostrar su responsabilidad social.
En promedio 3,200 personas al mes serán los receptores de los spot publicitarios, en ellos se dará a conocer el proyecto de formación de empleados, con lo cual se logra mejorar las condiciones de sus trabajadores, convirtiéndolos consecuentemente en personas emprendedoras.
3. *Nombrar al empleado del mes.*
A través del nombramiento se logrará la motivación de los empleados, para tal fin se evaluará al empleado que mejor cumpla con aspectos como la asistencia al trabajo, disponibilidad ante tareas encomendadas, presentación personal, atención al cliente, compromiso institucional, entre otros aspectos, a fin de que el esfuerzo del empleado sea reconocido.

Al convertir en cifras la estrategia de transmisión del proyecto y utilizar principalmente la publicidad de boca a boca, se logrará un impacto de difusión directo, de tal manera que 90 empleados tendrán como meta transmitir el mensaje al menos a dos personas; además se estima que sólo el 22% de las personas informadas podrían aceptar consumir los productos.

Representado lo anterior de forma aritmética se tiene:

90 empleados X 2 personas informadas= 180 personas con familias informadas X 22% =40 familias que consumirán los productos de la empresa.

En la siguiente tabla se calcula el consumo mensual y trimestral de los clientes informados sobre el proyecto de formación de empleados emprendedores, de acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior.

Cuadro 3.24. Calculo consumo mensual y trimestral de clientes incentivados por el proyecto.

DATOS	CONSUMO	VENTAS MENSUALES	VENTAS TRIMESTRALES
40 Familias (c/u formada por 4 personas)	\$24.00	\$960.00	\$2,880.00
160 Personas	\$6.00	\$960.00	\$2,880.00

Seguidamente se calcula el porcentaje de incremento de las ventas con proyecto:

Cuadro 3.25. Detalle trimestral del porcentaje de incremento en las ventas con proyecto.

Trimestre	Ventas por trimestre (pág 124)	Incremento (\$)	Ventas impactadas por el proyecto	Promedio del incremento (%) por proyecto
Primero	\$ 691,423.87	\$ 2,880.00	\$ 694,303.87	0.416532%
Segundo	\$ 710,082.29	\$ 2,880.00	\$ 712,962.29	0.405587%
Tercero	\$ 726,648.51	\$ 2,880.00	\$ 729,528.51	0.396340%
Cuarto (proyectado)	\$ 744,609.53	\$ 2,880.00	\$ 747,489.53	0.386780%
Totales	\$ 2872,764.20		\$ 2884,284.20	0.40131%

En el cuadro anterior se demuestra que se obtendrá un incremento en las ventas en promedio del 0.40%.

Sobre la base de que el proyecto impactará positivamente en las ventas en un 0.40%, se procede a establecer los ingresos utilizando la información de la pág 106.

Cuadro 3.26. Ingresos con la implementación del proyecto

Años	No.	Tendencia de las ventas sin proyecto	Impacto de las ventas (0.40%)	Tendencia de las ventas con proyecto
2009	1	\$ 2269,251.30		
2010	2	\$ 2279,403.20		
2011	3	\$ 2399,371.79		
2012	4	\$ 2448,338.56		
2013	5	\$ 2939,405.19		
2014	6	\$ 2919,926.95		
2015	7	\$ 3070,851.26		
2016	8	\$ 3221,775.58	\$ 12,887.10	\$ 3234,662.68
2017	9	\$ 3372,699.89	\$ 13,490.80	\$ 3386,190.69
2018	10	\$ 3523,624.21	\$ 14,094.50	\$ 3537,718.71
2019	11	\$ 3674,548.52	\$ 14,698.19	\$ 3689,246.71
2020	12	\$ 3825,472.83	\$ 15,301.89	\$ 3840,774.72

5.6.3. Flujos de Caja

El proyecto se ejecutará en 2015, con una inversión total de \$22,400.00 (Ver pág. 105). En la tabla de la hoja anterior se proyectó el impacto positivo en las ventas, los cuales se incluyen en los flujos de caja que se presentan en las páginas 122 y 123.

Para la evaluación económica de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth, se plantean dos alternativas, una es que la empresa financie el proyecto en su totalidad, y otra es que recurra al financiamiento que otorga la banca. Por lo que se consultó a diferentes entidades sobre la tasa de interés que otorgan y la modalidad que ofrecen para este tipo de créditos, a lo que se obtuvo como respuesta que dicho tipo de financiamiento es otorgado bajo la modalidad de capital de trabajo, debido a que es una inversión en recurso humano de la empresa, que contribuirá al mejor desempeño de la misma; la cobertura del crédito es del 50% de la inversión total, con un plazo de 2 años, y las tasas de interés en los bancos consultados son:

- Banco Scotiabank 8.25%.
- Banco de Fomento Agropecuario 8.50%.
- Banco Hipotecario de El Salvador el 10.50%.

Cuadro 3.27. Condiciones del financiamiento

Banco	Tasa de interés	Plazo	Financiamiento
Scotiabank El Salvador, S.A.	8.25%	2 años	Hasta el 50%
Banco de Fomento Agropecuario	8.50%	2 años	Hasta el 50%
Banco Hipotecario de El Salvador, S.A.	10.50%	2 años	Hasta el 50%

Para el proyecto en estudio se consideró el peor de los escenarios, es decir, un financiamiento con una tasa de interés del 10.50%, misma que es utilizada en los flujos de caja.

Evaluación del proyecto

Tanto para la evaluación económica con financiamiento y sin financiamiento, se ha considerado fortalecer y retroalimentar las capacitaciones desde 2016 a 2020, para ello será necesario incurrir en costos anuales de \$1,500.00, al igual que se incluyen los costos de reproducción del material que contribuirá a mejorar la imagen empresarial de Típicos Margoth, ascendiendo a \$500.00 anuales.

Seguidamente se presentan los flujos de caja para el proyecto de formación de personas administrado por Típicos Margoth sin financiamiento bancario.

Cuadro 3.28. Flujo de caja sin financiamiento

INFORMACIÓN	FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO						
	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS PROYECTADAS			\$ 3221,775.58	\$ 3372,699.89	\$ 3523,624.21	\$ 3674,548.52	\$ 3825,472.83
INCREMENTO POR PROYECTO			0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
INGRESOS POR PROYECTO			\$ 12,887.10	\$ 13,490.80	\$ 14,094.50	\$ 14,698.19	\$ 15,301.89
COSTOS RELACIONADOS CON LAS VENTAS			\$ -3,608.39	\$ -3,777.42	\$ -3,946.46	\$ -4,115.49	\$ -4,284.53
INGRESOS NETOS			\$ 9,278.71	\$ 9,713.38	\$ 10,148.04	\$ 10,582.70	\$ 11,017.36
FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES			\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00
REPRODUCCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIAL PARA IMAGEN DEL PROGRAMA			\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00
FLUJO BRUTO			\$ 7,278.71	\$ 7,713.38	\$ 8,148.04	\$ 8,582.70	\$ 9,017.36
IMPUESTO 25%			\$ -1,819.68	\$ -1,928.34	\$ -2,037.01	\$ -2,145.67	\$ -2,254.34
FLUJO NETO			\$ 5,459.03	\$ 5,785.03	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO							
HONORARIOS DE LOS CAPACITADORES		\$ -13,500.00					
CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES	\$ -13,500.00						
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ -5,400.00					
MATERIAL DIDÁCTICO	\$ -450.00						
GASTOS DE ALIMENTACIÓN	\$ -4,050.00						
MANTENIMIENTO DE LOCAL	\$ -540.00						
SERVICIOS BÁSICOS	\$ -360.00						
GASTOS PUBLICITARIOS		\$ -3,500.00					
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ -22,400.00					
FLUJO DE CAJA		\$ -22,400.00	\$ 5,459.03	\$ 5,785.03	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
TIR		10.89%					
VAN		US\$ 230.10					

Cuadro 3.29. Evaluación costo beneficio sin financiamiento

AÑO	INGRESOS	VALOR ACTUAL	COSTOS	VALOR ACTUAL
2015			\$ 22,400.00	\$ 22,400.00
2016	\$ 9,278.71	\$ 8,397.02	\$ 2,000.00	\$ 1,809.95
2017	\$ 9,713.38	\$ 7,955.10	\$ 2,000.00	\$ 1,637.97
2018	\$ 10,148.04	\$ 7,521.34	\$ 2,000.00	\$ 1,482.32
2019	\$ 10,582.70	\$ 7,098.19	\$ 2,000.00	\$ 1,341.47
2020	\$ 11,017.36	\$ 6,687.54	\$ 2,000.00	\$ 1,214.00
		\$ 37,659.19		\$ 29,885.72
APLICACIÓN				
RELACIÓN B/C= \$37,659.19 / \$29,885.72 = 1.26				

Seguidamente se presenta la tabla de amortización y los flujos de caja para el proyecto de formación de personas administrado por Típicos Margoth, utilizando el financiamiento que otorga el Banco Hipotecario de El Salvador, S.A., con una tasa de interés del 10.50% y a un plazo de dos años.

Cuadro 3.30. Tabla de amortización

AÑOS	DEUDA	TABLA DE AMORTIZACIÓN				SALDO
		CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN		
1	\$ 11,200.00	\$ 6,496.67	\$ 1,176.00	\$ 5,320.67	\$ 5,879.33	
2		\$ 6,496.67	\$ 617.33	\$ 5,879.33	\$ -	

Cuadro 3.31. Flujo de caja del proyecto con financiamiento

INFORMACIÓN	FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO						
	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS PROYECTADAS			\$ 3221,775.58	\$ 3372,699.89	\$ 3523,624.21	\$ 3674,548.52	\$ 3825,472.83
INCREMENTO POR PROYECTO			0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
INGRESOS POR PROYECTO			\$ 12,887.10	\$ 13,490.80	\$ 14,094.50	\$ 14,698.19	\$ 15,301.89
COSTOS RELACIONADOS CON LAS VENTAS			\$ -3,608.39	\$ -3,777.42	\$ -3,946.46	\$ -4,115.49	\$ -4,284.53
INGRESOS NETOS			\$ 9,278.71	\$ 9,713.38	\$ 10,148.04	\$ 10,582.70	\$ 11,017.36
INTERESES			\$ -1,176.00	\$ -617.33			
FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES			\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00
REPRODUCCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIAL PARA IMAGEN DEL PROGRAMA			\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00
FLUJO BRUTO			\$ 6,102.71	\$ 7,096.05	\$ 8,148.04	\$ 8,582.70	\$ 9,017.36
IMPUESTO 25%			\$ -1,525.68	\$ -1,774.01	\$ -2,037.01	\$ -2,145.67	\$ -2,254.34
FLUJO NETO			\$ 4,577.03	\$ 5,322.03	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO							
HONORARIOS DE LOS CAPACITADORES			\$ -13,500.00				
CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES		\$ -13,500.00					
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ -5,400.00					
MATERIAL DIDÁCTICO		\$ -450.00					
GASTOS DE ALIMENTACIÓN		\$ -4,050.00					
MANTENIMIENTO DE LOCAL		\$ -540.00					
SERVICIOS BÁSICOS		\$ -360.00					
GASTOS PUBLICITARIOS		\$ -3,500.00					
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ -22,400.00					
PRÉSTAMO		\$ 11,200.00					
AMORTIZACIÓN			\$ -5,320.67	\$ -5,879.33			
FLUJO DE CAJA		\$ -11,200.00	\$ -743.64	\$ -557.30	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
TIR		11.93%					
VAN		US\$ 622.56					

Cuadro 3.32. Evaluación costo beneficio con financiamiento

AÑO	INGRESOS	VALOR ACTUAL	COSTOS	VALOR ACTUAL
2015	\$ 11,200.00	\$ 11,200.00	\$ 11,200.00	\$ 11,200.00
2016	\$ 9,278.71	\$ 8,397.02	\$ 8,496.67	\$ 7,689.29
2017	\$ 9,713.38	\$ 7,955.10	\$ 8,496.66	\$ 6,958.63
2018	\$ 10,148.04	\$ 7,521.34	\$ 2,000.00	\$ 1,482.32
2019	\$ 10,582.70	\$ 7,098.19	\$ 2,000.00	\$ 1,341.47
2020	\$ 11,017.36	\$ 6,687.54	\$ 2,000.00	\$ 1,214.00
		\$ 48,859.19		\$ 29,885.72
APLICACIÓN				
RELACIÓN B/C= \$48,859.19/ \$29,885.72 = 1.63				

Cuadro 3.33. Cuadro resumen proyecto administrado por Típicos Margoth

PROYECTO	TIR	VAN	COSTO/BENEFICIO
Administrado por Típicos Margoth sin financiamiento	10.89%	\$230.10	1.26
Administrado por Típicos Margoth con financiamiento	11.93%	\$622.56	1.63

A través de las evaluaciones anteriores se han abordado dos tipos de escenarios, uno sin financiamiento bancario y otro haciendo uso del financiamiento que ofrece el Banco Hipotecario para capital de trabajo. En el caso de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth sin el financiamiento se ha obtenido una Tasa Interna de Retorno del 10.89%, demostrando con esta evaluación que el proyecto producirá beneficios futuros, de manera

similar el Valor Actual Neto indica que el beneficio que la empresa obtendrá de la ejecución del proyecto asciende a \$230.10 y como último indicador la evaluación Costo Beneficio asciende a 1.26 por lo que la ejecución del proyecto administrado por Típicos Margoth sin financiamiento es aceptable.

Un mejor escenario se ve reflejado al evaluar el proyecto administrado por Típicos Margoth con financiamiento bancario, en el cual la TIR indica que el proyecto generará un beneficio futuro del 11.93%, reafirmando con el VAN cuyo beneficio asciende a \$622.56, es decir \$392.46 más que el proyecto sin financiamiento bancario, confirmando que el proyecto debe ser aceptado bajo la modalidad de financiamiento, en la cual la evaluación costo beneficio establece que por cada dólar invertido la empresa ganará 0.63 centavos.

Al evaluar las capacitaciones administradas por Típicos Margoth por la TIR, VAN, COSTO/BENEFICIO, se determina que el proyecto que mejores indicadores económicos brinda es bajo la modalidad de financiamiento bancario, en términos generales se puede afirmar que el proyecto logrará crear valor a la empresa, no solo económico, sino también por medio de su imagen corporativa, convirtiéndola en modelo para el sector por medio de su compromiso hacia el recurso humano.

6. ESTUDIO TÉCNICO, ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN PARA CAPACITAR EMPLEADOS CONTRATANDO A LA FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN SOCIAL (FUNDEMÁS).

6.1. Organización propuesta para administrar las capacitaciones.

Para el desarrollo de las capacitaciones en coordinación con los servicios de FUNDEMÁS, se recomienda mantener la misma organización propuesta para las capacitaciones administradas por Típicos Margoth (pág. 95), en la cual la Unidad Coordinadora de las Capacitaciones será la encargada de contratar los servicios de FUNDEMÁS, quienes además especificarán los días a formar a los empleados, lugar y horarios en los que se llevará a cabo dicha formación, FUNDEMÁS será el encargado de evaluar a los trabajadores asistentes a las capacitaciones al finalizar el taller.

La unidad coordinadora para capacitaciones tendrá dos colaboradores y será responsable de administrar de forma eficiente los recursos humanos, organizando y dando seguimiento a la ejecución de las capacitaciones; además, informará al Departamento de Recursos Humanos sobre los alcances obtenidos en las capacitaciones.

Se propone que los colaboradores sean estudiantes universitarios que se encuentren en la realización de sus horas sociales, para que estos pongan en práctica sus conocimientos, y puedan cubrir un requisito académico; por su parte la empresa se beneficia recibiendo este servicio y apoyo administrativo, que evita la contratación de nuevo personal.

6.2. Seguimiento y control

Se propone mantener las mismas herramientas de seguimiento y control propuestas para las capacitaciones administradas por Típicos Margoth, para lo cual es necesario que el empleado adquiera una responsabilidad con respecto a su formación y a la empresa, asistiendo a las capacitaciones para el desarrollo emprendedor en las fechas y horarios establecidos, para formalizar dicho compromiso se propone la firma de una carta compromiso que se encuentra en el anexo 6.

Al finalizar el proyecto, la Unidad Coordinadora de las Capacitaciones elaborará un informe sobre el seguimiento, que será presentado al Departamento de Recursos Humanos, dicho informe es una fuente de información básica para el conocimiento del progreso del proyecto y una herramienta muy útil para la gestión de mismo, destacando la perspectiva del empleado, del facilitador y la empresa.

A continuación se presentan las fichas propuestas para el seguimiento y control del plan de formación, las cuales deben ser completadas por el empleado y el facilitador.

Al completar los formularios el empleado aplicará una escala del 1 al 4; 1 representa estar completamente en desacuerdo y 4 estar de acuerdo. La evaluación mostrará la opinión de los trabajadores sobre las capacitaciones, el facilitador, el equipo utilizado y el nivel de satisfacción.

Cuadro 3.34. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado)

Ficha de seguimiento y control del plan de formación (empleado)						
Criterios a evaluar		Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Observaciones
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas					
	Cumplimiento con los horarios establecidos					
	Planificación de las actividades a desarrollar					
Facilitador	Desempeño del facilitador					
	Conocimiento del tema					
	Metodología didáctica					
Equipo	Funcionamiento adecuado de audiovisuales					
	Ergonomía de mobiliario					
	Interferencias por desperfectos					
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas					
	Cumplimiento de la temática					
	Organización de la capacitación					
	Alimentación					

El siguiente formulario debe de ser completado por el facilitador, aplicando una escala del 1 al 4; 1 representa estar completamente en desacuerdo y 4 estar de acuerdo. La evaluación mostrará la perspectiva del facilitador en el cumplimiento de los estándares establecidos para las capacitaciones y el desenvolvimiento de los trabajadores.

Cuadro 3.35. Ficha de seguimiento y control del plan de formación (facilitador)

Ficha de seguimiento y control del plan de formación (Facilitador)						
Criterios a evaluar		Excelente	Muy bueno	Bueno	Malo	Observaciones
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas					
	Cumplimiento con los horarios establecidos					
	Planificación de las actividades a desarrollar					
Participantes	Asistencia					
	Participación de los empleados					
	Puntualidad					
	Responsabilidad					
	Facilidad de aprendizaje					

6.3. Formación de empleados emprendedores.

6.3.1. Objetivo general y específicos

General

Formar a los empleados para que logren un perfil emprendedor, administrando las capacitaciones contratando los servicios de FUNDEMAS, de tal manera que puedan satisfacerse los niveles fundamentales del perfil, garantizando así, el fortalecimiento del potencial emprendedor del recurso humano.

Específicos

- Administrar las capacitaciones con la contratación de FUNDEMAS, para fortalecer el potencial emprendedor de los empleados.
- Capacitar a los empleados en las nueve áreas que contiene el perfil emprendedor, a fin de contribuir con el desarrollo de personas productivas en el país.
- Incentivar a los empleados a la puesta en marcha de negocios emprendedores, para lograr su desarrollo personal y profesional.

6.3.2. Temas y número de horas para formar el perfil del emprendedor.

La Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), tiene la franquicia exclusiva para organizar e impartir el taller denominado “Desarrollo de la Capacidad Emprendedora en El Salvador”, el taller de capacitación incluye: material didáctico, material de apoyo, videos, capacitadores, entre otros.

Además, FUNDEMÁS proporciona seguimiento a los capacitados, dos semanas después de culminado el taller.

FUNDEMÁS establece que por semana se trabajan seis días hábiles, en horarios de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.; el almuerzo tiene una duración de una hora y dos descansos, uno por la mañana y otro por la tarde. Se imparte a grupos entre 25 a 30 personas, con duración mínima de 48 horas, al final de los cuales proporciona un certificado a los participantes.

A continuación se presenta un cuadro resumen de los temas y número de horas necesarias para formar el perfil emprendedor.

Cuadro 3.36. Resumen de los temas y número de horas necesarias para la formación

Capacitación en emprendedurismo con la contratación de FUNDEMÁS						
Días	1	2	3	4	5	6
Temas	Horas	Horas	Horas	Horas	Horas	Horas
1- Liderazgo	5					
2- Comunicación efectiva	3	2				
3- Capacidad y comportamiento proactivo		2				
4- Capacidad para superar la adversidad		4				
5- Trabajo en equipo			8			
6- Capacidad para generar soluciones				6		
7- Orientación al logro				2	5	
8- Habilidad en la toma de decisiones					3	3
9- Orientación al cliente						5
Total de horas por día	8	8	8	8	8	8
Horas por grupo	48					

6.4. Localización de las instalaciones

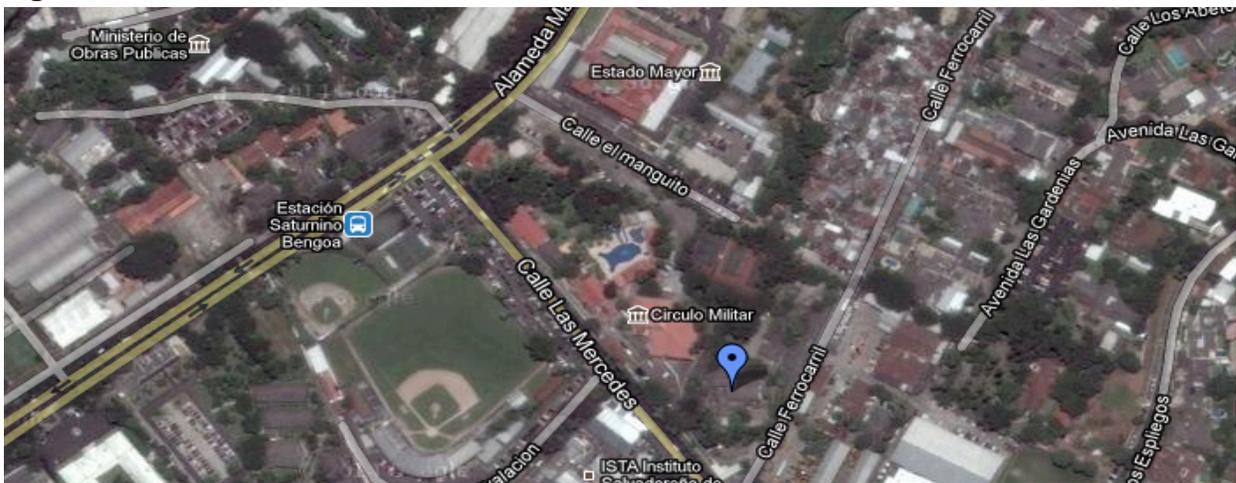
Para el desarrollo del taller, FUNDEMAS, no incluye el costo del local ni alimentación o refrigerios para impartirlo, por lo cual se ha analizado contratar los servicios de locales y alimentación. Luego de analizar diversas opciones se determinó que el Circulo Militar es buena opción por lo siguiente:

1. Ubicación en zona central, con accesibilidad del servicio de transporte público.
2. Posee salones amplios con medidas de 24.65 mts de largo y 10.95 mts de ancho.
3. Parqueo con capacidad para 100 vehículos medianos.
4. Costo del local accesible que incluye un tiempo de alimentación y refrigerios.
5. Los salones cuentan con el mobiliario necesario para las capacitaciones.
6. Servicio personalizado y disponibilidad de horarios.

Ubicado en Km 5 1/2 Carretera a Santa Tecla y Av. Las Mercedes, San Salvador.

Título: Ubicación referencial del Circulo Militar

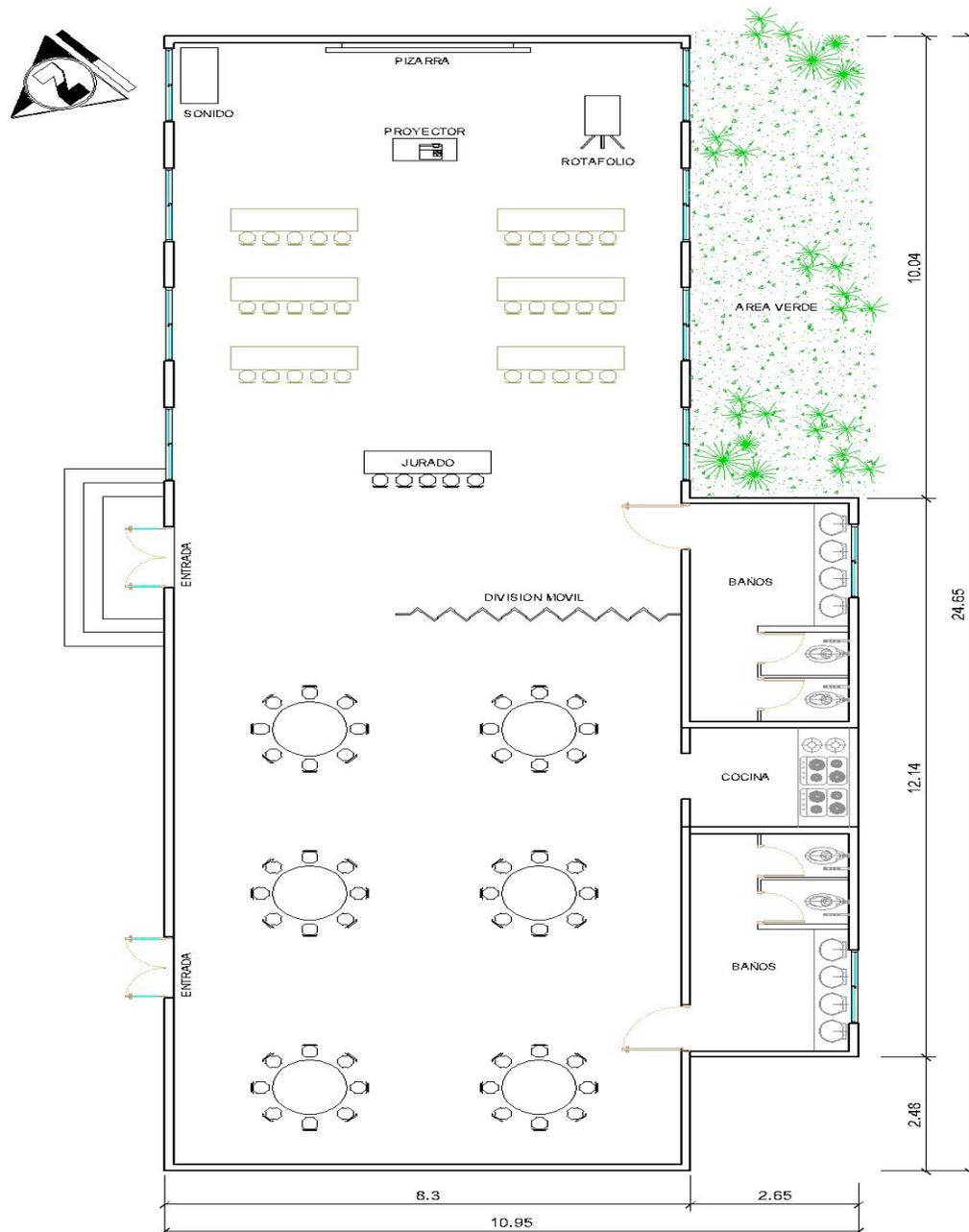
Figura 3.5.



Fuente: <http://www.circulomilitar.org.sv/index.php/sugerencias/mapa-de-ubicacion>

Título: Plano de local del salón Arce del Circulo Militar simulando una distribución de planta y equipo

Figura 3.6.



Fuente: Elaborado por el equipo investigador
Plano sin escala

6.4.1. Mobiliario y equipo

En el siguiente cuadro se detalla el mobiliario y accesorios con los que cuenta el Salón Arce del Circulo Militar, los cuales se encuentran en óptimas condiciones para el desarrollo de las capacitaciones.

Cuadro 3.37. Mobiliario y equipo

Mobiliario y equipo	Descripción
Proyector Multimedia	Epson PowerLite 1700 con luminosidad de hasta 3,000 lúmenes con conectividad inalámbrica y con un peso de solo 1,7 Kg, instalado frente a la pizarra del salón.
Computadora portátil	Laptop HP 550: Procesador Intel Celeron M 550 (2.0 GHz), Memoria de 1GB DDR II, Disco Duro de 160GB, Pantalla de 15.4", DVD±RW/DL, Red Inalámbrica, sistema operativo Windows 8.1
Sonido	4 Bocinas Aero 38 A Line Array , micrófono inalámbrico y pedestales.
Puntero	Puntero láser verde brillante, potente y visible.
Rota folio	Fabricado en aluminio anodizado, pizarra blanca, con regleta para sujetar hojas o láminas, regleta para plumón a la base del pizarrón, plegable, dimensiones aproximadas 70 cm X 90.
Pizarra	Pizarra acrílica, color blanco, dimensiones 1.20 X 2.40 metros.
Accesorios (plumones, borrador)	Plumón para pizarra acrílica punta gruesa color negro y azul; borrador para pizarra acrílica color negro.
Mesas	Mesas marca Lifetime, plegables color blanco de 1.22 metros de largo.
Sillas	Sillas plegables de plástico y acero Lifetime color blanco.
Local adicional para alimentación	Ubicado en la parte posterior del salón para capacitaciones con acceso al área de cocina y servicios sanitarios logrando la comodidad de los empleados.

6.5. Evaluación económica.

Para la ejecución de la formación de empleados por medio de FUNDEMAS, es necesario considerar la inversión en la que incurrirá la empresa, entre ellas facilitadores, material didáctico, certificación y otros; además, el arrendamiento del local y la alimentación.

Se realizarán spot publicitarios para destacar los objetivos del proyecto en beneficio de los empleados, formándolos en aspectos emprendedores, resaltando el compromiso que se tiene con la formación del desarrollo personal y profesional del recurso humano, lo anterior fortalecerá su imagen empresarial.

En la evaluación económica no se considera la inversión en mobiliario y equipo, puesto que el salón a arrendar los posee.

El proyecto desarrollado en cooperación con FUNDEMAS puede ser financiado hasta con el 85% que ofrece el INSAFORP en concepto de servicios profesionales de los capacitadores, sin embargo para el presente estudio no se ha considerado este aporte.

Cuadro 3.38. Detalle de inversión para las capacitaciones desarrolladas por FUNDEMAS.

Capacitación desarrollada por FUNDEMAS		
Paquete de capacitación		\$22,500.00
Contratación de servicios profesionales	\$22,500.00	
Arrendamiento de local		\$29,970.00
Gastos publicitarios		\$3,500.00
Total inversión inicial		\$55,970.00

Ver detalles en anexo 9

6.5.1. Pronóstico de ventas sin proyecto

Se estima que los ingresos adicionales que obtendrá la empresa sean similares a los expuestos en la página 120, desarrollados para la propuesta de capacitaciones administradas por Típicos Margoth.

La proyección de ventas en base al método de regresión se muestra en la página 110 del presente capítulo y el método de regresión ha sido desarrollado en el anexo 8, en el cual se expone la situación de la empresa sin considerar el proyecto de formación de empleados

6.5.2. Pronóstico de ventas con proyecto

Producto del fortalecimiento de la imagen empresarial, se espera un incremento adicional en las ventas cuyo impacto sea de 0.40% constante durante los años 2016 al 2020, tal como se demostró en la propuesta de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth en la página 120 cuyo detalle se muestra a continuación.

Cuadro 3.39. Pronóstico de ventas con proyecto

Años	No.	Tendencia de las ventas sin proyecto	Impacto de las ventas (0.40%)	Tendencia de las ventas con proyecto
2009	1	\$ 2269,251.30		
2010	2	\$ 2279,403.20		
2011	3	\$ 2399,371.79		
2012	4	\$ 2448,338.56		
2013	5	\$ 2939,405.19		
2014	6	\$ 2919,926.95		
2015	7	\$ 3070,851.26		
2016	8	\$ 3221,775.58	\$ 12,887.10	\$ 3234,662.68
2017	9	\$ 3372,699.89	\$ 13,490.80	\$ 3386,190.69
2018	10	\$ 3523,624.21	\$ 14,094.50	\$ 3537,718.71
2019	11	\$ 3674,548.52	\$ 14,698.19	\$ 3689,246.71
2020	12	\$ 3825,472.83	\$ 15,301.89	\$ 3840,774.72

6.5.3. Flujos de Caja

El costo total del proyecto asciende a \$55,970.00, cuyo desembolso y ejecución será en el año 2015, para los siguientes cinco años, en la tabla anterior se proyectó el incremento en las ventas, los cuales se incluyen en los flujos de caja.

Para la evaluación económica de las capacitaciones desarrolladas contratando a FUNDEMÁS, se plantean dos alternativas, una es que la empresa financie el proyecto en su totalidad, y otra es que recurra al financiamiento que otorga la banca. Por lo que se consultó a diferentes entidades sobre la tasa de interés que otorgan y la modalidad que ofrecen para este tipo de créditos, a lo que se obtuvo como respuesta que dicho tipo de financiamiento es otorgado bajo la modalidad de capital de trabajo, debido a que es una inversión en recurso humano de la empresa, que contribuirá al mejor desempeño de la misma; la cobertura del crédito es del 50% de la inversión total, con un plazo de 2 años, y las tasas de interés en los bancos consultados son:

- Banco Scotiabank 8.25%.
- Banco de Fomento Agropecuario 8.50%.
- Banco Hipotecario de El Salvador el 10.50%.

Cuadro 3.40. Condiciones del financiamiento

Banco	Tasa de interés	Plazo	Financiamiento
Scotiabank El Salvador, S.A.	8.25%	2 años	Hasta el 50%
Banco de Fomento Agropecuario	8.50%	2 años	Hasta el 50%
Banco Hipotecario de El Salvador, S.A.	10.50%	2 años	Hasta el 50%

Para el proyecto en estudio se consideró el peor de los escenarios, es decir, un financiamiento con una tasa de interés del 10.50%, misma que es utilizada en los flujos de caja.

Evaluación del proyecto

Tanto para la evaluación económica con financiamiento y sin financiamiento, se ha considerado fortalecer y retroalimentar las capacitaciones desde 2016 a 2020, para ello será necesario incurrir en costos anuales de \$1,500.00, al igual que se incluyen los costos de reproducción del material que contribuirá a mejorar la imagen empresarial de Típicos Margoth, ascendiendo a \$500.00 anuales.

Seguidamente se presentan los flujos de caja para el proyecto de formación de personas con la contratación de FUNDEMÁS sin financiamiento bancario.

Cuadro 3.41. Flujo de caja sin financiamiento

INFORMACIÓN	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS PROYECTADAS			\$ 3221,775.58	\$ 3372,699.89	\$ 3523,624.21	\$ 3674,548.52	\$ 3825,472.83
INCREMENTO POR PROYECTO			0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
INGRESOS POR PROYECTO			\$ 12,887.10	\$ 13,490.80	\$ 14,094.50	\$ 14,698.19	\$ 15,301.89
COSTOS RELACIONADOS CON LAS VENTAS			\$ -3,608.39	\$ -3,777.42	\$ -3,946.46	\$ -4,115.49	\$ -4,284.53
INGRESOS NETOS			\$ 9,278.71	\$ 9,713.38	\$ 10,148.04	\$ 10,582.70	\$ 11,017.36
FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES			\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00
REPRODUCCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIAL PARA IMAGEN DEL PROGRAMA			\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00
FLUJO BRUTO			\$ 7,278.71	\$ 7,713.38	\$ 8,148.04	\$ 8,582.70	\$ 9,017.36
IMPUESTO 25%			\$ -1,819.68	\$ -1,928.34	\$ -2,037.01	\$ -2,145.67	\$ -2,254.34
FLUJO NETO			\$ 5,459.03	\$ 5,785.03	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO							
CONTRATACIÓN FUNDEMÁS		\$ -22,500.00					
ARRENDAMIENTO DE LOCAL + ALIMENTACIÓN		\$ -29,970.00					
GASTOS PUBLICITARIOS		\$ -3,500.00					
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ -55,970.00					
FLUJO DE CAJA			\$ 5,459.03	\$ 5,785.03	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
TIR			-16.82%				
VAN			\$ -33,339.90				

La suma de los flujos de caja no superan el total de la inversión, motivo por el cual, tanto la TIR como el VAN reflejan cifras negativas

Cuadro 3.42. Evaluación costo beneficio sin financiamiento

AÑO	INGRESOS	VALOR ACTUAL	COSTOS	VALOR ACTUAL
2015			\$ 55,970.00	\$ 55,970.00
2016	\$ 9,278.71	\$ 8,397.02	\$ 2,000.00	\$ 1,809.95
2017	\$ 9,713.38	\$ 7,955.10	\$ 2,000.00	\$ 1,637.97
2018	\$ 10,148.04	\$ 7,521.34	\$ 2,000.00	\$ 1,482.32
2019	\$ 10,582.70	\$ 7,098.19	\$ 2,000.00	\$ 1,341.47
2020	\$ 11,017.36	\$ 6,687.54	\$ 2,000.00	\$ 1,214.00
		\$ 37,659.19		\$ 63,455.72
APLICACIÓN				
RELACIÓN B/C= \$37,659.19/ \$63,455.72 = 0.59				

Seguidamente se presenta la tabla de amortización y los flujos de caja para el proyecto de formación de personas con la contratación de FUNDEMAS y con el financiamiento que otorga el Banco Hipotecario de El Salvador, S.A., con una tasa de interés del 10.50% y a un plazo de dos años.

Cuadro 3.43. Tabla de amortización

AÑOS	DEUDA	TABLA DE AMORTIZACIÓN			SALDO
		CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	
1	\$ 27,985.00	\$ 16,232.96	\$ 2,938.43	\$ 13,294.54	\$ 14,690.46
2		\$ 16,232.96	\$ 1,542.50	\$ 14,690.46	\$ -

Cuadro 3.44. Flujo de caja del proyecto con financiamiento

INFORMACIÓN	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020
		VENTAS PROYECTADAS			\$ 3221,775.58	\$ 3372,699.89	\$ 3523,624.21
INCREMENTO POR PROYECTO			0.40%	0.40%	0.40%	0.40%	0.40%
INGRESOS POR PROYECTO			\$ 12,887.10	\$ 13,490.80	\$ 14,094.50	\$ 14,698.19	\$ 15,301.89
COSTOS RELACIONADOS CON LAS VENTAS			\$ -3,608.39	\$ -3,777.42	\$ -3,946.46	\$ -4,115.49	\$ -4,284.53
INGRESOS NETOS			\$ 9,278.71	\$ 9,713.38	\$ 10,148.04	\$ 10,582.70	\$ 11,017.36
INTERESES			\$ -2,938.43	\$ -1,542.50			
FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES			\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00	\$ -1,500.00
REPRODUCCIÓN E IMPRESIÓN DE MATERIAL PARA IMAGEN DEL PROGRAMA			\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00	\$ -500.00
FLUJO BRUTO			\$ 4,340.28	\$ 6,170.88	\$ 8,148.04	\$ 8,582.70	\$ 9,017.36
IMPUESTO 25%			\$ -1,085.07	\$ -1,542.72	\$ -2,037.01	\$ -2,145.67	\$ -2,254.34
FLUJO NETO			\$ 3,255.21	\$ 4,628.16	\$ 6,111.03	\$ 6,437.02	\$ 6,763.02
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO			\$ 7,595.49	\$ 10,799.03	\$ 14,259.07	\$ 15,019.72	\$ 15,780.38
CONTRATACIÓN FUNDEMAS		-22500					
ARRENDAMIENTO DE LOCAL + ALIMENTACIÓN		-29970					
GASTOS PUBLICITARIOS		-3500					
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ -55,970.00					
PRÉSTAMO O FINANCIAMIENTO		\$ 27,985.00					
AMORTIZACIÓN			\$ -13,294.54	\$ -14,690.46			
FLUJO DE CAJA		\$ -27,985.00	\$ -5,699.05	\$ -3,891.43	\$ 14,259.07	\$ 15,019.72	\$ 15,780.38
TIR		5%					
VAN		\$ -6,108.30					

Cuadro 3.45. Evaluación costo beneficio con financiamiento

AÑO	INGRESOS	VALOR ACTUAL	COSTOS	VALOR ACTUAL
2015	\$ 27,985.00	\$ 27,985.00	\$ 27,985.00	\$ 27,985.00
2016	\$ 9,278.71	\$ 8,397.02	\$ 18,232.97	\$ 16,500.43
2017	\$ 9,713.38	\$ 7,955.10	\$ 18,232.96	\$ 14,932.50
2018	\$ 10,148.04	\$ 7,521.34	\$ 2,000.00	\$ 1,482.32
2019	\$ 10,582.70	\$ 7,098.19	\$ 2,000.00	\$ 1,341.47
2020	\$ 11,017.36	\$ 6,687.54	\$ 2,000.00	\$ 1,214.00
		\$ 65,644.19		\$ 63,455.72
APLICACIÓN				
RELACIÓN B/C= \$65,644.19/ \$63455.72 = 1.03				

Cuadro 3.46. Resumen de evaluación contratando los servicios de FUNDEMAS

PROYECTO	TIR	VAN	COSTO/BENEFICIO
Contratando a FUNDEMAS sin financiamiento	-16.82%	\$(33,339.90)	0.59
Contratando a FUNDEMAS con financiamiento	5.00%	\$(6,108.30)	1.03

Las cifras anteriores revelan que al realizar las capacitaciones por medio de la contratación de FUNDEMAS y sin el financiamiento bancario, se obtiene un escenario nada favorable para el proyecto, en el cual tanto la Tasa Interna de Retorno como el Valor Actual Neto son negativos, consecuentemente el Costo Beneficio se comporta de forma desfavorable para este tipo de caso, el cual no debe ser aceptado.

Por otro lado al evaluar el desarrollo del proyecto contratando los servicios de FUNDEMAS y con financiamiento bancario, la TIR indica que el beneficio futuro que se percibiría sería menor al obtenido con la ejecución del proyecto administrado por la empresa, el VAN establece que no habría beneficio actual derivado del proyecto ya que es de -\$6108.30 y como último indicador la evaluación Costo Beneficio revela que por cada dólar que la empresa invierte genera 3 centavos de rentabilidad.

Determinando de esta forma que el proyecto con los servicios de FUNDEMAS no ofrece rentabilidad para la empresa, debido a que la inversión del proyecto es bastante elevada con financiamiento y sin financiamiento bancario, aunque el proyecto mantendría un impacto social positivo, no es rentable que la empresa capacite al personal por medio de la contratación de FUNDEMAS.

Análisis comparativo entre las capacitaciones administradas por Típicos Margoth y contratando los servicios de FUNDEMAS.

- El mejor resultado de las capacitaciones administradas por Típicos Margoth se da al ejecutar el proyecto con financiamiento bancario, obteniendo un Valor Actual Neto mayor en \$392.46 en comparación a la ejecución de las capacitaciones sin el financiamiento.
- En el caso de las capacitaciones desarrolladas con los servicios de FUNDEMAS los mejores parámetros se dan haciendo uso del financiamiento bancario, sin embargo el VAN, Costo Beneficio y la TIR demuestran que no tendría ninguna rentabilidad.

Es así como al comparar los mejores escenarios del proyecto administrado por Típicos Margoth y contratando los servicios de FUNDEMAS, se ha llegado a la conclusión que para la ejecución de la formación de personas productivas los mejores beneficios resultan si el proyecto lo desarrolla la **administración de Típicos Margoth, haciendo uso del financiamiento bancario**. Seguidamente se desarrolla el siguiente cuadro comparativo.

Cuadro 3.47. Proyecto administrado por Típicos Margoth vrs contratando los servicios de FUNDEMAS

Proyecto administrado por Típicos Margoth con financiamiento.	Proyecto con los servicios de FUNDEMAS con financiamiento.
TIR =11.93% (mejor beneficio futuro)	TIR = 5%
VAN=\$622.56 (mayor beneficio actual)	VAN= (\$6,108.30)
C/B= 1.63 (mayor ganancia por cada dólar invertido)	C/B= 1.03
Uso de instalaciones propias y alimentación proporcionada por la misma empresa.	Costos adicionales por el alquiler de local y alimentación y contratación de FUNDEMAS.
Necesidad de financiamiento bancario más bajo (\$11,200.00).	Necesidad de financiamiento bancario alto (\$27,985.00).
Menor libertad de expresión por parte del empleado.	Mayor libertad de expresión por parte del empleado.
Participación activa de la empresa en el desarrollo de la temática.	Empresa especializada en organizar e impartir el taller: “Desarrollo de la Capacidad Emprendedora en El Salvador”.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Típicos Margoth tiene una filosofía y política muy conservadora, poco flexible y concentrada en cuanto a la toma de decisiones dirigidas a la publicidad, ejecución de proyectos y aspectos emprendedores, desde luego esta limitante puede afectar el proyecto en cuanto a la poca trascendencia que le puedan dar.
- El beneficio que ofrece la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria es regular las condiciones bajo las cuales los trabajadores gozarán de una prestación económica por la renuncia a su empleo, generando la oportunidad para capacitar al personal en aspectos emprendedores, facilitando a los empleados la inserción en la sociedad como personas productivas.
- Al considerar la detección de necesidades de capacitación en Típicos Margoth se estableció que en la actualidad la empresa presta poca importancia en formar a los empleados en áreas diferentes a las que exige la ley dejando de lado el sistema de adquisición de habilidades para su recurso humano y con ello la desmejora de la productividad, competitividad de los trabajadores y la empresa.
- Debe ejecutarse el proyecto de formación de personas administrado por Típicos Margoth sin financiamiento, siendo este el de mejores beneficios para la empresa y para el empleado.
- La empresa se limita a dar capacitaciones que son exigidas por el Ministerio de Salud y poder cumplir con las exigencias que tiene la empresa por el giro en el que se desarrolla.
- La rotación del personal para Típicos Margoth es casi nula, pues en base a la información proporcionada se ve reflejado la estabilidad laboral que tiene el personal.
- Típicos Margoth al ser una empresa familiar carece de formalidad en la toma de decisiones orientadas al crecimiento de la misma, generando un clima organizacional poco flexible evitando que nuevas ideas salgan a la luz, es decir, que se preocupan más porque los empleados cumplan con las tareas asignadas y no tanto porque sus empleados obtengan mejores beneficios.

Recomendaciones

- Para que el proyecto sea viable y fácil de ejecutar es necesario trabajar a la persona encargada de la toma de decisiones como también a las personas encargadas de ejecutar el proyecto, a fin de concientizar que debe dejarse la filosofía y política de toma de decisiones familiares por la toma de decisiones empresariales.
- Considerando que el 83% de las personas encuestadas mostró su interés por hacer uso de los beneficios de la Ley, se recomienda que la empresa incluya en el presupuesto una partida de provisión por retiro voluntario al igual que una provisión para gastos por capacitación en emprendedurismo a fin de que los empleados que decidan retirarse formen un grupo de posibles socios estratégicos para la empresa.
- Con la finalidad de facilitar el desarrollo de las competencias profesionales de los empleados fortaleciendo conocimientos, habilidades y actitudes se recomienda la ejecución del proyecto de formación de personas
- La propuesta requiere desarrollar a las personas que llevaran a cabo ese proyecto la empresa deberá formar recurso humano capaz de ejecutar y administrar para llevar a cabo este proyecto de no hacerlo la empresa pensará que no es ejecutable el proyecto por la mala ejecución que realicen.
- La empresa debe de dar continuidad al proyecto de capacitar a sus colaboradores no solo en el área que les corresponden, sino en aspectos como el de la finalidad que tiene este tipo de capacitaciones.
- La empresa debe de estimular a su personal en diferentes puntos para que así sus colaboradores tenga sentido de permanencia y se pueda mantener la rotación de personal en un índice mínimo.
- Para que Típicos Margoth logre alcanzar su visión de consolidarse como la cadena de cocina típica que se distinga de otros restaurantes por el ambiente, servicio, precios y otros, es necesario que cuente con personal capacitado y comprometido, para lo cual una buena herramienta para lograrlo es la ejecución del proyecto de formación de personas bajo la administración de la empresa la cual contribuiría a desarrollar las competencias profesionales de los empleados y fortalecer su imagen empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

➤ Libros

- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. Séptima edición, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México 2013
- Baca Urbina, Gabriel. Formulación y Evaluación de Proyectos. 3º Edición, McGraw Hill, Pág. 5
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill 5ª Ed.
- Bonilla, Gildaberto. Estadística II. 3º edición, UCA editores, 1995, El Salvador, pag. 87
- Cañas, Balbino Sebastián. Manual para Formulación Evaluación y Ejecución de Proyectos. 4ª Ed. Pág. 9
- Chiavenato, Idalberto. Administración de recursos humanos, 9º edición, McGraw Hill. Pág. 322
- Córdoba Padilla, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos, ECOE Ediciones 2006, 1ª Ed. Pág.13 – 18
- Gitman, Lawrence J; Joehnk, Michael D. “Fundamentos de Inversión”, 1º edición, Pearson Educación, S.A. Madrid 2005. Pág 128.
- Gómez, C. (2000). Proyectos Factibles. Editorial Predios. Valencia
- Gordon J. Alexander; William F. Sharpe; Jeffery V. “Fundamentals of investment” 3º edición. Pág 1
- Muñoz Campos, Roberto. La Investigación científica paso a paso, editorial Muñoz Campos, Roberto, año de edición 2009
- Nonaka, Ikujiro ; Takeuchi, Hirotaka. La organización creadora del conocimiento, editorial Oxford, México, 1995
- Peumans, H.Deusto. Valoración de proyectos de inversión, colección economía, Bilbao 1967. Pág 21

- Sapag Chain, Nassir y Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición. McGraw-Hill Interamericana. México 2003.

➤ **Leyes**

- Código de Trabajo, Decreto N°15, publicado en el Diario Oficial N°142, Tomo N°236 de fecha 31 de Julio de 1972 con fecha de su última modificación el 03 de Diciembre de 2013.
- Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria.
- Reformas a la Constitución de la República de El Salvador, según Decreto Legislativo No. 34 de fecha 27 de mayo de 2009, publicado en el Diario Oficial No. 102, Tomo 383 de fecha 04 de junio de 2009.

➤ **Documentos**

- Planeación Estratégica y Estructura del Programa de Franquicias en Típicos Margoth Preparado por Francorp®

➤ **Websites visitados y consultados**

- <http://www.tipicosmargoth.com/index.php?servicios.php>- fecha de consulta 14-05-14
- <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>-Generalidades de los proyectos - fecha de consulta 07-06-14
- <http://sni.mideplan.cl/links/files/sebi2010/presentacion/1777.pdf>- Fases de la pre inversión - fecha de consulta 07-06-14
- <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf> - fecha de consulta 14-05-14
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/camacho_o_g/capitulo3.pdf - fecha de consulta 28-05-14
- <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170ecosistemaemprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-07-14

- <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/10/que-eselemprendedurismo.html> - fecha de consulta 02-06-14
- <http://thinkandstart.com/2013/los-retos-de-fomentarelemprendedurismo> /Retos de fomentar el emprendedurismo – fecha de consulta 11-07-14
- http://www.degerencia.com/tema/toma_de_decisiones- Toma de Decisiones fecha de consulta- 07-06-14
- <http://www.degerencia.com/tema/motivacion-> Motivación-fecha de consulta 07-06-14
- <http://motivacionlaboral.galeon.com/motivacion.htm> - Motivación -fecha de consulta 07-06-14
- http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000060&id_Categoría=9 información sobre el capital semilla, fecha de consulta 08-07-14
- http://www.fusades.com.sv/index.php?option=com_k2&view=item&id=211:fondos-capital-semilla&Itemid=231 – información de capital semilla fecha de consulta 08-07-14
- <http://www.insaforp.org.sv/>- información sobre INSAFORP – fecha de consulta 15-05-14
- http://www.minec.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&catid=1:noticiasciudadano&id=1939:capital-semilla&Itemid=77 información sobre el capital semilla – fecha de consulta 08-07-14.
- http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml/declaracionuniversaldelosderechoshumanos-temática sobre la declaración universal de los derechos humanos – fecha de consulta 14-05-14
- <http://isd.org.sv/isd/index.php/tratadosinternacionales/103isd/democracia/estudios-ypublicaciones/tratadosinternacionales/507pactointernacionaldederechos-economicos-sociales-y-culturales-protocolo-de-san-salvador> - temática sobre pacto internacional de los derechos – fecha de consulta 14-05-14
- <http://www.revistamprende.com/opinion/item/170-ecosistemaemprendimiento-colombia> - Ecosistema emprendedor- fecha de consulta 22-07-14

- <http://www.scotiabank.com.sv/BancaparaPymes/Financiamiento/Productos/capital-de-trabajo.aspx> - ultima fecha de consulta 3- 11-14
- http://www.bfa.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&catid=35:todos-los-servicios&id=261:linea-de-credito-para-financiar-capitalde-trabajo-y-activo-fijo-productivo-linea-especial-sigue-produciendo&Itemid=60 - ultima fecha de consulta 3-11-14

GLOSARIO

El presente glosario de palabras es una obra para consultar algunas de las palabras y/o términos que se encuentran en el trabajo de graduación ordenados alfabéticamente. De dichas palabras o términos se proporciona su significado, que fueron consultadas en el diccionario de la Real Academia Española (DRAE), además de los significados de unas siglas de organizaciones que son parte fundamental de la investigación.

<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae> consultado el 7-11-14

Siglas utilizadas

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

FEPADE: Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo

FONDEPRO: Fondo de Desarrollo Productivo.

FUNDEMAS: Fundación Empresarial para la Acción Social.

FUSADES: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.

ITCA: Instituto Tecnológico Centroamericano.

INSAFORP: Instituto Salvadoreño de Formación Profesional.

Glosario

Abstracción: Separar por medio de una operación intelectual las cualidades de un objeto para considerarlas aisladamente o para considerar el mismo objeto en su pura esencia o noción.

Acróstico: Dicho de una composición poética: Constituida por versos cuyas letras iniciales, medias o finales forman un vocablo o una frase.

Antelación: Anticipación con que, en orden al tiempo, sucede algo respecto a otra cosa.

Asistemático: Que no sigue o no se ajusta a un sistema.

Autorrealización: consiste en desarrollar todo nuestro potencial para convertirnos en todo lo que somos. Es llegar a ser uno mismo en plenitud.

Bagaje: Conjunto de conocimientos o noticias de que dispone alguien.

Capital Semilla: Es un financiamiento inicial es decir fondos que no deben ser devueltos, para la creación de una microempresa o para permitir el despegue y/o consolidación de una actividad empresarial existente.

Chi-Cuadrado: Prueba estadística que nos permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas. Es necesario resaltar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia.

Coadyuvar: Contribuir, asistir o ayudar a la consecución de algo.

Competencias: son las capacidades con diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral.

Convenio: Acuerdo vinculante entre los representantes de los trabajadores y los empresarios de un sector o empresa determinados, que regula las condiciones laborales.

Descentralizadas: Transferir a diversas corporaciones u oficios parte de la autoridad que antes ejercía el gobierno supremo del Estado.

Desinversión: Retirar un capital invertido.

Despido: Decisión del empresario por la que pone término a la relación laboral que le unía a un empleado.

Diferir: Aplazar la ejecución de un acto.

Empowerment: Es un proceso estratégico que busca una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza responsabilidad autoridad y compromiso para servir mejor al cliente.

Emprendedor: Es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable.

Emprendimiento: Es aquella persona que desarrolla de negocios y oportunidades con visión innovadora, capaces de captar los altos estándares.

Exención: Ventaja fiscal de la que por ley se beneficia un contribuyente y en virtud de la cual es exonerado del pago total o parcial de un tributo.

Factibilidad Económica: Es una evaluación que debe mostrar que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas.

Factibilidad Técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.

Fidelización: La fidelización es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una marca concreta, de una forma continua o periódica.

Financiamiento: Mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc.

Flujo de Caja: es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

Grado de libertad: Los grados de libertad son una cantidad que permite introducir una corrección matemática en los cálculos estadísticos para restricciones impuestas en los datos.

Hipótesis: La hipótesis es una proposición anunciada para responder tentativamente a un problema.

Indemnización: Compensar, generalmente con dinero, a una persona por un daño o perjuicio que ha recibido ella misma o sus propiedades.

Injerencia: Entremeterse, introducirse en una dependencia o negocio.

Inserción: Es la incorporación inclusión de una persona o cosa en algo para que forme parte de ello.

Mediatos: Que en tiempo, lugar o grado está próximo a una cosa.

Motivación: Ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia.

Multiplicidad: Multitud, abundancia excesiva de algunos hechos, especies o individuos.

Nivel de confianza: Es la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza.

Pericia: Sabiduría, práctica, experiencia y habilidad en una ciencia o arte.

Permisible: Que se puede permitir.

Preaviso: Aviso obligatorio previo a la realización de un acto.

Prefijada: Conjunto de conocimientos o noticias de que dispone alguien.

Prerrogativas: Privilegio, gracia o exención que se concede a alguien para que goce de ello, anejo regularmente a una dignidad, empleo o cargo.

Prescripción: Modo de extinguirse un derecho como consecuencia de su falta de ejercicio durante el tiempo establecido por la ley.

Prestación: Cosa o servicio exigido por una autoridad o convenido en un pacto.

Presunción: Hecho que la ley tiene por cierto sin necesidad de que sea probado.

Proactivo: Es una actitud en la que el sujeto u organización asume el pleno control de su conducta de modo activo, lo que implica la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias del contexto.

Reactivo: Es una actitud de reaccionar agresivamente ante los problemas o dificultades y de esta manera gasta mucha energía de forma innecesaria.

Receptivas: Que recibe o es capaz de recibir.

Renuncia: Hacer dejación voluntaria, dimisión o apartamiento de algo que se tiene, o se puede tener.

Retribución: Recompensa o pago de algo.

Retroactivo: Que obra o tiene fuerza sobre lo pasado.

Spot: Es un comercial corto de 20 a 60 segundos.

TIR: La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

Valor Actual Neto: Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

ANEXO 1

Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria

ASAMBLEA LEGISLATIVA - REPUBLICA DE EL SALVADOR

DECRETO N° 592

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

- I. Que el artículo 38 ordinal 12º de la Constitución establece que “La ley determinará las condiciones bajo las cuales los patronos estarán obligados a pagar a sus trabajadores permanentes, que renuncien a su trabajo, una prestación económica cuyo monto se fijará en relación con los salarios y el tiempo de servicio”; estableciendo además, en su artículo 252, que “El derecho establecido en el ordinal 12º del artículo 38 de esta Constitución, tendrá aplicación hasta que sea regulado en la ley secundaria, la cual no podrá tener efecto retroactivo.”
- II. Que mediante sentencia de inconstitucionalidad por omisión, emitida a las doce horas con treinta minutos del día uno de febrero del dos mil trece, la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, dispuso que esta Asamblea debería emitir las disposiciones legales que permitan a las y los trabajadores permanentes, gozar de la prestación constitucional antes referida.
- III. Que por lo antes expuesto, es necesario emitir una ley que regule las condiciones y requisitos para gozar de una prestación económica por renuncia voluntaria de las y los trabajadores permanentes, como una prestación derivada de los derechos fundamentales.

POR TANTO,

en uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa de las y los Diputados David Ernesto Reyes Molina, Santiago Flores Alfaro, Claudia Luz Ramírez García, José Antonio Almendariz Rivas, Ana Vilma Castro de Cabrera, Melvin David González Bonilla, Rafael Ricardo Moran Tobar, Abilio Orestes Rodríguez Menjívar, Guadalupe Antonio Vásquez Martínez; Héctor Miguel Antonio Dada Hirezi y Hugo Roger Martínez Bonilla (Legislatura 2006-2009); Santos Fernando González Gutiérrez (Legislatura 2003-2006), y con el apoyo del Diputado Mártir Arnoldo Marín Villanueva.

DECRETA la siguiente:

LEY REGULADORA DE LA PRESTACION ECONOMICA
POR RENUNCIA VOLUNTARIA

OBJETO

Art. 1.- La presente ley tiene por objeto regular las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes que laboren en el sector privado, e instituciones autónomas que generen recursos propios y cuyas relaciones laborales se rigen por el Código de Trabajo, aun cuando no se mencionen en esta ley, incluyendo el Instituto Salvadoreño del Seguro Social y la Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa, gozarán de una prestación económica por la renuncia voluntaria a su empleo.

El monto de dicha prestación, será fijada en relación a la antigüedad y a los salarios que devengaren las y los trabajadores, y deberá ser cancelada por los empleadores en la forma prevista en la presente ley.

OBLIGACIÓN DE PREAVISO

Art. 2.- Para tener derecho a la prestación económica regulada en la presente Ley, será obligación dar un preaviso por escrito al patrono, con una antelación de treinta días a la fecha en que se hará efectiva la renuncia, en el caso de directores, gerentes, administradores, jefaturas y trabajadores especializados.

Las y los trabajadores que no estén contemplados en el inciso anterior, deberán dar el preaviso con una antelación de quince días.

A los efectos de esta ley, se entenderán como trabajadores especializados, aquellos que, para el desempeño del puesto de trabajo al que están renunciando, hubieren recibido capacitación especial a cargo del empleador, en los últimos doce meses.

El preaviso regulado en esta ley no será equivalente a la renuncia, debiendo esta última presentarse según lo dispuesto en el artículo siguiente, quedando a opción del trabajador si presenta la renuncia junto al preaviso.

RENUNCIA

Art. 3.- La renuncia voluntaria deberá constar por escrito, debidamente firmada por el trabajador o trabajadora, y acompañada de copia de su documento único de identidad, y constar en hojas proporcionadas por la Dirección General de Inspección de Trabajo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, o sus dependencias departamentales, o en hojas proporcionadas por los jueces de primera instancia con jurisdicción en materia laboral, en

las que se hará constar la fecha de expedición y siempre que hayan sido utilizadas el mismo día o dentro de los diez días siguientes a esa fecha, o en documento privado autenticado.

La renuncia produce sus efectos sin necesidad de aceptación del empleador. La negativa de éste a pagar la correspondiente prestación constituye presunción legal de despido injusto.

En caso de incapacidad total y permanente o de muerte de la o el trabajador, éste o sus beneficiarios tendrán derecho a la prestación que recibiría la o el trabajador, en el caso de renuncia voluntaria.

NEGATIVA A RECIBIR LA RENUNCIA

Art. 4.- El empleador, estará obligado a recibir tanto el preaviso como la renuncia, debiendo entregar al renunciante, constancia del día y hora de la presentación. En caso que el empleador se negare a recibir la renuncia o entregar la constancia referida, el renunciante acudirá a la sección respectiva del Ministerio de Trabajo y Previsión Social.

La sección citará con señalamiento de día y hora al empleador para notificarles la decisión del trabajador de renunciar; de esta diligencia se levantará acta que firmará el trabajador y el empleador, y si no pudieren o no quisieren firmar, se hará constar esta circunstancia; y se tendrá por interpuesta la renuncia a partir de la fecha de la comparecencia del trabajador.

TIEMPO MÍNIMO DE SERVICIO

Art. 5.- Para que las y los trabajadores tengan derecho a la prestación económica regulada en la presente ley, deberán tener por lo menos, dos años de servicio continuo y efectivo para un mismo empleador.

La antigüedad de las y los trabajadores se comenzará a contar a partir de la fecha en la que efectivamente se inició la prestación de los servicios, aun cuando el otorgamiento del contrato por escrito sea posterior al inicio de las labores.

CONTINUIDAD DE LAS LABORES

Art. 6.- Se entenderá que la continuidad del trabajo no se interrumpe en aquellos casos en que se suspende el contrato de trabajo, en consecuencia dichas suspensiones no afectarán la antigüedad de las y los trabajadores, para el goce de la prestación establecida en la presente ley.

Para los efectos de esta ley, la celebración periódica y continua de los contratos de trabajo no afectará el cómputo de la antigüedad del trabajador. Salvo que entre cada contratación haya mediado el pago de una prestación económica motivada por la finalización del mismo, siempre que el pago haya sido aceptado voluntariamente por el

trabajador, cumpliendo con los requisitos que establece el inciso segundo del artículo 402 del Código de Trabajo, en cuyo caso, se entenderá interrumpida la antigüedad y ésta se contará a partir del último pago realizado.

EXENCIÓN TRIBUTARIA

Art. 7.- La compensación económica que se pague al trabajador como consecuencia de las regulaciones establecidas en la presente Ley, estará exenta del pago del Impuesto Sobre la Renta.

PRESTACIÓN ECONÓMICA POR RENUNCIA

Art. 8.- Las y los trabajadores permanentes que renuncien a su empleo, a partir de los dos años, recibirán una prestación económica equivalente a quince días de salario básico por cada año de servicio.

Para los efectos del cálculo de la prestación económica a que se refiere el inciso anterior, ningún salario podrá ser superior a dos veces el salario mínimo diario legal vigente correspondiente al sector al que corresponda la actividad económica del empleador.

Los empleadores deberán cancelar esta prestación económica, dentro de los quince días posteriores a la fecha en que se haga efectiva la renuncia.

PAGO DE VACACIÓN Y AGUINALDO AL RENUNCIAR

Art. 9.- Las y los trabajadores que renuncien a su empleo, tendrán derecho a recibir, además de la prestación regulada en esta ley, el aguinaldo y vacación anual remunerada completa o proporcional, según corresponda, y el empleador está obligado a cancelar estas prestaciones, en la misma forma y plazo establecidos en esta ley, observándose las reglas de la prescripción contenidas en el Código de Trabajo.

VIGILANCIA DEL MINISTERIO DE TRABAJO

Art. 10.- El Ministerio de Trabajo y Previsión Social, a través de la Dirección General de Inspección de Trabajo, será la institución encargada de velar por el fiel cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley, aplicando para tal efecto los procedimientos de inspección de trabajo establecidos en la correspondiente normativa legal.

PRESCRIPCIÓN

Art. 11.- La pretensión del trabajador, para reclamar el pago de la prestación económica por renuncia voluntaria regulada en esta ley, prescribirán en noventa días hábiles, contados a partir de la fecha en que debió efectuarse dicho pago.

REGULACIONES SUPERIORES

Art. 12.- En aquellas empresas en las que, en virtud de un reglamento interno de trabajo, contrato colectivo, o por costumbre de empresa, existiera una prestación económica por renuncia voluntaria superior a la establecida en la presente Ley, se estará a lo dispuesto en dichas fuentes de derecho.

La entrada en vigencia de esta Ley, no será en menoscabo de los derechos, beneficios, prestaciones o prerrogativas, que gozaren las y los trabajadores, por tanto, tales beneficios derechos o prerrogativas que estuvieren gozando, continuarán vigentes y quedarán consolidadas en favor de los trabajadores.

MULTIPLICIDAD DE RENUNCIAS

Art. 13.- En aquellos casos en que se produzcan multiplicidad de renunciaciones bajo el amparo de la presente Ley, el empleador podrá diferir el pago de la compensación económica hasta en doce meses, mediante pagos mensuales hechos a cada trabajador, previa resolución de la Dirección General de Trabajo, la cual tendrá fuerza ejecutiva según lo dispuesto en el artículo 30 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social.

Se entenderá como multiplicidad de renunciaciones, aquella situación en la que se iguale o supere el tres por ciento de las y los trabajadores que aparecen como cotizantes del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, y que hayan manifestado su voluntad de retirarse de la empresa, dentro del mismo mes calendario. Asimismo, se entenderá como multiplicidad de renunciaciones cuando las mismas iguale o superen el diez por ciento de las y los trabajadores que aparecen como cotizantes del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, dentro de un mismo año calendario.

Para el caso de empresas que tengan diez o más trabajadores o trabajadoras, se aplicará la forma de pago antes descrita.

IRRETROACTIVIDAD

Art. 14.- La prestación establecida en la presente Ley, solo será aplicable a las renunciaciones que se produzcan a partir de su entrada en vigencia.

ACCIÓN JUDICIAL

Art. 15.- La pretensión del trabajador, para reclamar el pago de la prestación económica por renuncia voluntaria regulada en esta Ley, se tramitará en juicio ordinario, de conformidad a lo establecido en el Código de Trabajo.

SUPLETORIEDAD DEL CÓDIGO DE TRABAJO

Art. 16.- En todo lo que no estuviera previsto en la presente Ley, se aplicarán en lo que fuera pertinente, las disposiciones contenidas en el Código de Trabajo.

VIGENCIA

Art. 17.- El presente Decreto entrará en vigencia el día uno de enero del año dos mil quince, previa publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL SALON AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los dieciocho días del mes de diciembre del dos mil trece.

CASA PRESIDENCIAL: San Salvador, a los dieciséis días del mes de enero del año dos mil catorce.

D. O. N° 12

Tomo N° 402

Fecha: 21 de enero de 2014

ANEXO 2

Tabla salario mínimo vigente

MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

TARIFAS DE SALARIOS MÍNIMOS VIGENTES A PARTIR DEL 1º DE ENERO 2015

(PUBLICADAS EN EL DIARIO OFICIAL Nº119, TOMO 400 DEL 1º DE JULIO DE 2013)

RAMA DE ACTIVIDAD Y SUBGRUPOS	UNIDAD DE PAGO	MONTO
Trabajadores Agropecuarios (D.E. Nº 103 del 1º DE JULIO 2013)	Por día	\$ 3.94
	Por hora	\$ 0.494
	(*) Por mes	\$ 118.20
Comercio y Servicio (D.E. Nº 104 del 1º DE JULIO 2013)	Por día	\$ 8.39
	Por hora	\$ 1.049
	(*) Por mes	\$ 251.70
Industria. (D.E. Nº 104 del 1º DE JULIO 2013)	Por día	\$ 8.22
	Por hora	\$ 1.028
	(*) Por mes	\$ 246.60
Maquila Textil y Confección (D.E. Nº 104 del 1º DE JULIO)2013)	Por día	\$ 7.03
	Por hora	\$ 0.879
	(*) Por mes	\$ 210.90

ANEXO 3

Encuesta dirigida a empleados de Típicos Margoth



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Encuesta dirigida a empleados de Típicos Margoth.

Nosotras **Nancy Rivas Herrera, Yesenia Nohemy Sabrián Estrada y Karla Carolina Vides Molina**. Estudiantes Egresadas de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, estamos desarrollando un estudio de factibilidad técnico económico, para la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, por lo cual solicitamos su valiosa colaboración, en responder de la forma más objetiva la siguiente encuesta; no omitimos manifestar que los resultados son confidenciales y de carácter eminentemente académico.

Indicaciones: Favor responder las preguntas, marcando con una X en la respuesta que considere correcta.

Objetivo: Conocer los aspectos generales de los empleados de Típicos Margoth, como el rango de edad predominante, estado civil, el nivel académico alcanzado, el área en el que se desempeña y la antigüedad de laborar en la empresa.

I. DATOS GENERALES

Objetivo: Determinar el número de hombres y mujeres encuestados.

1- Género

F

M

Objetivo: Determinar el estado civil de las personas encuestadas.

2- Estado civil

Soltero

Acompañado

Casado

Viudo

Objetivo: Determinar la edad de las personas encuestadas.

3- Indique el rango de edad en la que usted se encuentra.

18-25 años

26-30 años

31-45 años

46-55 años

Más de 55 años

Objetivo: Establecer el número de empleados encuestados que se encuentran jubilados

4- Está gozando de un programa de jubilación en la actualidad

Si

No

Objetivo: Establecer el grado académico de los empleados.

5- Nivel académico.

Básico

Bachiller

Técnico

Universitario

Objetivo: Analizar el grado de conocimiento que poseen los empleados sobre la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, en temas como la fecha de entrada en vigencia, el objeto de la ley, el monto de indemnización y el número de trabajadores que optarían por ampararse a esta.

III. ASPECTOS LEGALES

Objetivo: Determinar si el empleado conoce la Ley por Renuncia Voluntaria.

19- ¿Tiene conocimiento de la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria?

Si

No

Objetivo: Establecer si el empleado conoce que la ley por Renuncia Voluntaria entrará en vigencia el 1 de enero del 2015.

20- A partir del 1 de enero del 2015 entrará en vigencia la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la cual ampara al empleado que desee retirarse. ¿Tiene conocimiento de ello?

Si

No

Objetivo: Establecer si el empleado conoce el objetivo de la ley.

21- ¿Conoce usted que el objeto de la Ley es regular las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes, recibirán una prestación económica por la renuncia voluntaria a su empleo?

Si

No

Objetivo: Determinar si el empleado conoce a cuánto asciende la indemnización para el trabajador según la ley

22- Según la Ley el trabajador en concepto de indemnización podrá recibir hasta un salario mínimo por año laborado. ¿Tiene conocimiento de ello?

Si

No

Objetivo: Determinar el número de empleados que se ampararía a la ley.

23- En el caso que se le presentara la oportunidad de hacer uso del tipo de prestación por retiro voluntario. ¿Consideraría usted hacer uso de ella?

Si

No

Objetivo: Conocer los aspectos financieros de los empleados como los ingresos mensuales familiares y la disposición de los mismos en ahorrar e invertir con sus ingresos.

IV. ASPECTOS ECONÓMICOS

Objetivo: Conocer los aspectos financieros de los empleados relacionados a los ingresos mensuales familiares y su capacidad para el ahorro y/o inversión.

24- Indique en cuál de los siguientes rangos, se encuentran sus ingresos familiares mensualmente.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> \$242.49 - \$300.00 | <input type="checkbox"/> \$301.00 - \$400.00 |
| <input type="checkbox"/> \$401.00 - \$500.00 | <input type="checkbox"/> \$501.00 - \$600.00 |
| <input type="checkbox"/> \$601.00 - \$700.00 | <input type="checkbox"/> \$701.00 - \$800.00 |
| <input type="checkbox"/> Más de \$800.00 | |

Objetivo: Determinar si el empleado ahorra o invierte una proporción de sus ingresos.

25- De sus ingresos familiares. ¿Cuánto destina al ahorro o inversión?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> \$0.00 - \$25.00 | <input type="checkbox"/> \$26.00 - \$50.00 |
| <input type="checkbox"/> \$51.00 - \$75.00 | <input type="checkbox"/> \$76.00 - \$100.00 |
| <input type="checkbox"/> Más de \$100.00 | |

Objetivo: Establecer el uso que le daría el empleado a la indemnización que recibiría si decidiera ampararse a la ley.

26- Si usted decidiera ampararse a la Ley de Retiro Voluntario, ¿En cuál de las siguientes opciones invertiría su indemnización?

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Consumo | <input type="checkbox"/> Ahorro | <input type="checkbox"/> Inversión |
|----------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|

Objetivo: Determinar el tipo de inversión que el empleado estaría dispuesto a realizar.

27- Si su respuesta fue invertir. ¿En cuáles de las siguientes opciones destinaria su inversión?

- Iniciar un negocio
- Instrumentos bancarios
- Adquirir acciones en bancos y empresas

Objetivo: Determinar el grado de conocimiento que tienen los empleados sobre el ecosistema emprendedor y en aspectos como, el considerarse un emprendedor, el conocimiento sobre los medios de financiamiento que otorga el ecosistema, como el capital semilla, a la vez de conocer la disponibilidad de los mismos en formar parte de el ecosistema emprendedor.

V. ASPECTOS EMPRENDEDORES

Objetivo: Determinar si el empleado considera ser un emprendedor.

- 28- Un emprendedor es aquella persona que convierte una idea en un proyecto concreto y conciso, identificando y organizando los recursos necesarios para desarrollarla y hacerla una realidad rentable. De acuerdo a la definición anterior, ¿Se considera un emprendedor?

Sí No

Objetivo: Establecer el grado de conocimiento que tienen los empleados sobre el financiamiento por capital semilla.

- 29- El capital semilla es un financiamiento inicial para la creación o consolidación de una empresa, en la cual los fondos no deben ser devueltos. ¿Tiene conocimiento usted de ello?

Sí No

Objetivo: Determinar los aspectos que el empleado considera lo abstienen a ser un emprendedor.

- 30- ¿Qué factores considera que le han limitado como emprendedor?

Desconocimiento técnico sobre el emprendedurismo
 Desconocimiento de oportunidades de capital semilla
 Desconocimiento de oportunidades de negocio
 Temor al fracaso
 Inseguridad ciudadana
 Otros _____

Objetivo: Establecer si el empleado conoce que el capital semilla es financiado en el país a través de FONDEPRO

- 31- El Fondo de Desarrollo Productivo FONDEPRO es la entidad que cofinancia el capital semilla en El Salvador con el cual se pretende aportar al desarrollo de la competitividad y la innovación en el país, ¿tiene usted conocimiento de esto?

Sí No

Objetivo: Determinar el número de empleados que conocen el monto de financiamiento que se otorga con el capital semilla.

- 32- Si el plan de negocios o el proyecto que el emprendedor desea implementar es seleccionado por FONDEPRO, el cofinanciamiento es de hasta el 90% del monto total del proyecto, ¿considerando esta información, pensaría hacer uso de este capital semilla?

Sí No

Objetivo: Establecer la disponibilidad de los empleados en formar parte de programas de capacitación, orientados al desarrollo emprendedor, estableciendo las áreas de interés de los trabajadores para capacitarse y las actividades a las que estos prefieren enfocarse.

VI. ASPECTOS DE CAPACITACIÓN

Objetivo: Determinar el interés de los empleados de recibir programas de emprendedurismo.

33- Dada la información que ahora usted posee. ¿Estaría interesado a conocer sobre programas de emprendedurismo?

Si

No

Objetivo: Analizar el número de empleados que está interesado en recibir capacitaciones para su desarrollo emprendedor

34- ¿Estaría dispuesto a formar parte de un programa de capacitación para su desarrollo emprendedor?

Si

No

Objetivo: Determinar el área de preferencia del empleado para iniciar un negocio.

35- Dado el interés que usted pueda tener para iniciar un negocio, ¿qué área presenta mayores oportunidades según su criterio?

Comercio

Servicios

Fabricación de un bien

Objetivo: Establecer el tipo de actividades que el empleado está interesado en desarrollar.

36- Relacionado con la pregunta anterior escriba en qué tipo de actividad en particular desearía involucrarse en cada una de las siguientes áreas.

Comercio	Servicios	Fabricación de un bien

“Gracias por su colaboración”

ANEXO 4

Entrevista realizada al Gerente General de Típicos Margoth



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración de Empresas



Entrevista dirigida a Gerente General de Típicos Margoth

Nosotras **Nancy Rivas Herrera, Yesenia Nohemy Sibrian Estrada y Karla Carolina Vides Molina**. Estudiantes Egresadas de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, estamos desarrollando un estudio de factibilidad técnico económico, para la formación de personas productivas al ampararse a la Ley Reguladora de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, por lo cual solicitamos su valiosa colaboración, en responder de la forma más objetiva la siguiente entrevista; no omitimos manifestar que los resultados son confidenciales y de carácter eminentemente académico.

Objetivo: Analizar si la gerencia tiene conocimiento sobre la entrada en vigencia de la ley.

- 1- A partir del 1 de enero del 2015 entrará en vigencia la Ley de la Prestación Económica por Renuncia Voluntaria, la cual regula las condiciones bajo las cuales las y los trabajadores permanentes, gozarán de una prestación económica ¿tiene usted conocimiento sobre dicha Ley?

Objetivo: Determinar si la gerencia ha recibido algún tipo de inducción sobre la ley.

- 2- Si tiene conocimiento de ella, ¿ha recibido alguna capacitación o inducción a la Ley?

Objetivo: Informar sobre los beneficios que podría tener la empresa con el trabajo de investigación realizado.

- 3- ¿Conoce usted que nuestro trabajo de graduación tiene como finalidad proporcionarle herramientas para mejorar las condiciones de los trabajadores al aplicar la Ley?

Objetivo: Establecer si la empresa tiene conocimiento sobre aspectos que lo hacen fuerte o débil ante la competencia, para potenciarlas o tratar de eliminarlas dado el caso.

- 4- Ha evaluado las fortalezas y debilidades que posee en la actualidad Típicos Margoth

Fortalezas	Debilidades

Objetivo: Determinar si la empresa ha considerado el grado de responsabilidad que tienen los empleados al desempeñarse en la empresa.

- 5- ¿Ha evaluado el nivel de compromiso de los empleados con Típicos Margoth?

Objetivo: Enumerar las prestaciones adicionales que ofrece la empresa a sus empleados.

- 6- ¿Qué prestaciones adicionales a las de ley, brinda Típicos Margoth a sus empleados?

Objetivo: Determinar si la empresa ha recurrido al INSAFORP para capacitar a los trabajadores.

- 7- ¿Se ha capacitado a los empleados por medio del INSAFORP?

Objetivo: Conocer los procedimientos que usa la empresa para la selección de los trabajadores que capacitan.

- 8- ¿La empresa tiene un procedimiento sistemático para seleccionar al personal a capacitar?

Objetivo: Analizar los efectos que tienen las capacitaciones en los empleados.

- 9- ¿Se han obtenido resultados positivos en la empresa, al capacitar a sus empleados?

Objetivo: Conocer el interés que tiene la empresa por instruir a sus colaboradores sobre aspectos de la ley y el emprendedurismo.

- 10- ¿La empresa estaría dispuesta a desarrollar un programa que permita a los empleados conocer sobre la ley y sobre el emprendedurismo?

Objetivo: Investigar si la empresa está dispuesta a invertir en la formación de los trabajadores en los aspectos de la ley y el emprendedurismo.

- 11- ¿La empresa estaría dispuesta a invertir en capacitar a sus empleados sobre la ley y el emprendedurismo?

Objetivo: Indagar si Típicos Margoth tiene a bien el asignar un monto en su presupuesto para destinarlo a la capacitación a los empleados sobre la ley y el emprendedurismo.

- 12- ¿Consideraría incluir dentro de su presupuesto un monto destinado a brindar capacitaciones sobre la ley y el emprendedurismo?

ANEXO 5

Tabla

Chi-Cuadrado

Tabla de la distribución Chi-cuadrado

g=grados de libertad p=área a la derecha

El valor x de la tabla cumple que para X es chi-cuadrado con g grados de libertad $P(X>x)=p$

g	p										
	0.001	0.025	0.05	0.1	0.25	0.5	0.75	0.9	0.95	0.975	0.999
1	10.827	5.024	3.841	2.706	1.323	0.455	0.102	0.016	0.004	0.001	0
2	13.815	7.378	5.991	4.605	2.773	1.386	0.575	0.211	0.103	0.051	0.002
3	16.266	9.348	7.815	6.251	4.108	2.366	1.213	0.584	0.352	0.216	0.024
4	18.466	11.143	9.488	7.779	5.385	3.357	1.923	1.064	0.711	0.484	0.091
5	20.515	12.832	11.07	9.236	6.626	4.351	2.675	1.61	1.145	0.831	0.21
6	22.457	14.449	12.592	10.645	7.841	5.348	3.455	2.204	1.635	1.237	0.381
7	24.321	16.013	14.067	12.017	9.037	6.346	4.255	2.833	2.167	1.69	0.599
8	26.124	17.535	15.507	13.362	10.219	7.344	5.071	3.49	2.733	2.18	0.857
9	27.877	19.023	16.919	14.684	11.389	8.343	5.899	4.168	3.325	2.7	1.152
10	29.588	20.483	18.307	15.987	12.549	9.342	6.737	4.865	3.94	3.247	1.479
11	31.264	21.92	19.675	17.275	13.701	10.341	7.584	5.578	4.575	3.816	1.834
12	32.909	23.337	21.026	18.549	14.845	11.34	8.438	6.304	5.226	4.404	2.214
13	34.527	24.736	22.362	19.812	15.984	12.34	9.299	7.041	5.892	5.009	2.617
14	36.124	26.119	23.685	21.064	17.117	13.339	10.165	7.79	6.571	5.629	3.041
15	37.698	27.488	24.996	22.307	18.245	14.339	11.037	8.547	7.261	6.262	3.483
16	39.252	28.845	26.296	23.542	19.369	15.338	11.912	9.312	7.962	6.908	3.942
17	40.791	30.191	27.587	24.769	20.489	16.338	12.792	10.085	8.672	7.564	4.416
18	42.312	31.526	28.869	25.989	21.605	17.338	13.675	10.865	9.39	8.231	4.905
19	43.819	32.852	30.144	27.204	22.718	18.338	14.562	11.651	10.117	8.907	5.407
20	45.314	34.17	31.41	28.412	23.828	19.337	15.452	12.443	10.851	9.591	5.921
21	46.796	35.479	32.671	29.615	24.935	20.337	16.344	13.24	11.591	10.283	6.447
22	48.268	36.781	33.924	30.813	26.039	21.337	17.24	14.041	12.338	10.982	6.983
23	49.728	38.076	35.172	32.007	27.141	22.337	18.137	14.848	13.091	11.689	7.529
24	51.179	39.364	36.415	33.196	28.241	23.337	19.037	15.659	13.848	12.401	8.085
25	52.619	40.646	37.652	34.382	29.339	24.337	19.939	16.473	14.611	13.12	8.649
26	54.051	41.923	38.885	35.563	30.435	25.336	20.843	17.292	15.379	13.844	9.222
27	55.475	43.195	40.113	36.741	31.528	26.336	21.749	18.114	16.151	14.573	9.803
28	56.892	44.461	41.337	37.916	32.62	27.336	22.657	18.939	16.928	15.308	10.391
29	58.301	45.722	42.557	39.087	33.711	28.336	23.567	19.768	17.708	16.047	10.986
30	59.702	46.979	43.773	40.256	34.8	29.336	24.478	20.599	18.493	16.791	11.588
35	66.619	53.203	49.802	46.059	40.223	34.336	29.054	24.797	22.465	20.569	14.688
40	73.403	59.342	55.758	51.805	45.616	39.335	33.66	29.051	26.509	24.433	17.917
45	80.078	65.41	61.656	57.505	50.985	44.335	38.291	33.35	30.612	28.366	21.251
50	86.66	71.42	67.505	63.167	56.334	49.335	42.942	37.689	34.764	32.357	24.674
55	93.167	77.38	73.311	68.796	61.665	54.335	47.61	42.06	38.958	36.398	28.173
60	99.608	83.298	79.082	74.397	66.981	59.335	52.294	46.459	43.188	40.482	31.738
65	105.988	89.177	84.821	79.973	72.285	64.335	56.99	50.883	47.45	44.603	35.362
70	112.317	95.023	90.531	85.527	77.577	69.334	61.698	55.329	51.739	48.758	39.036
75	118.599	100.839	96.217	91.061	82.858	74.334	66.417	59.795	56.054	52.942	42.757
80	124.839	106.629	101.879	96.578	88.13	79.334	71.145	64.278	60.391	57.153	46.52
85	131.043	112.393	107.522	102.079	93.394	84.334	75.881	68.777	64.749	61.389	50.32
90	137.208	118.136	113.145	107.565	98.65	89.334	80.625	73.291	69.126	65.647	54.156
95	143.343	123.858	118.752	113.038	103.899	94.334	85.376	77.818	73.52	69.925	58.022
100	149.449	129.561	124.342	118.498	109.141	99.334	90.133	82.358	77.929	74.222	61.918

ANEXO 6

Modelo

carta compromiso

San Salvador, _____ del mes de _____ del año _____

Yo _____, empleado de Típicos Margoth, con _____ años de servicio y desempeñando en la actualidad las funciones de _____, he conocido sobre el programa _____ que facilitará la empresa a los empleados interesados.

Debido a que dichos programas son de mi interés, por este medio me comprometo a asistir regularmente en los días y horarios establecidos, a la vez de realizar las evaluaciones correspondientes a cada modulo.

Firma del empleado _____.

ANEXO 7

Detalle de inversión de capacitaciones administradas por Típicos Margoth

Detalle de costos					
		Costo por persona	Costo por 30 empleados	12 sábados por grupos	Costo 90 empleados
Honorarios de los capacitadores		\$150.00	\$4,500.00		\$13,500.00
Material didáctico		\$5.00	\$150.00		\$450.00
9 Folletos (\$0.50 c/u)	\$4.50				
3 Exámenes (\$0.16 c/u)	\$0.50				
Gastos de alimentación		\$3.75	\$112.50	\$1,350.00	\$4,050.00
Refresco	\$1.50				
Postre	\$2.00				
Agua	\$0.10				
Café	\$0.15				
Mantenimiento del local				\$180.00	\$540.00
Servicios básicos (energía eléctrica)				\$120.00	\$360.00
Gastos publicitarios					\$3,500.00
Filmación y edición	\$3,300.00				
Reproducción de material (10 DVD's)	\$200.00				
Costos totales					\$22,400.00

- Los honorarios de los capacitadores son datos estimados con referencia a otras ofertas del mercado como ITCA FEPADE \$200.00 por persona, American Business School \$180.00 por persona, FUNDEMAS \$250.00 por persona.
- Las capacitaciones tendrán una duración de 60 horas, realizadas en 12 sábados, es decir en 3 meses.
- El proyecto está diseñado para 3 grupos de capacitaciones, es decir 90 empleados.
- El costo detallado no incluye el financiamiento de INSAFORP.

ANEXO 8

Cálculo del incremento en las ventas

Método de regresión para determinar la proyección de la demanda sin proyecto.

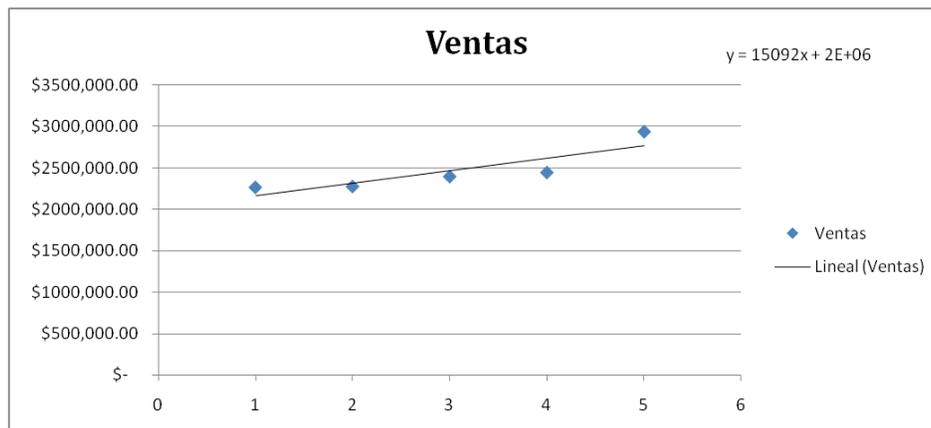
El análisis de regresión es una técnica para investigar y modelar la relación entre variables. Las aplicaciones de regresión son numerosas y ocurren en casi todos los campos, incluyendo las ciencias económicas, este método es utilizado para varios propósitos.

Para el caso, se desarrollo el método para estimar las ventas durante los años 2014 a 2020.

De forma particular son de mucho interés los últimos cinco años (2016 – 2020), los cuales son posteriores a la culminación del proyecto de formación, mismo periodo en el que se estima un incremento adicional en las ventas, como producto del fortalecimiento de la imagen empresarial.

Seguidamente se detallan los datos obtenidos por medio del software Microsoft Excel.

Años	No.	Proyección de Ventas
2009	1	\$ 2269,251.30
2010	2	\$ 2279,403.20
2011	3	\$ 2399,371.79
2012	4	\$ 2448,338.56
2013	5	\$ 2939,405.19
2014	6	\$ 2919,926.95
2015	7	\$ 3070,851.26
2016	8	\$ 3221,775.58
2017	9	\$ 3372,699.89
2018	10	\$ 3523,624.21
2019	11	\$ 3674,548.52
2020	12	\$ 3825,472.83



<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.867918
Coefficiente de determinación R ²	0.753282
R ² ajustado	0.671042
Error típico	157695.9
Observaciones	5

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	2.27781E+11	2.27781E+11	9.159623304	0.056467919
Residuos	3	74603991236	24867997079		
Total	4	3.02385E+11			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95.0%</i>	<i>Superior 95.0%</i>
Intercepción	2014381.066	165392.8559	12.17937168	0.001191668	1488027.183	2540734.949	1488027.183	2540734.949
Variable X 1	150924.314	49867.82237	3.026486958	0.056467919	-7777.353052	309625.9811	-7777.353052	309625.9811

Existe una fuerte relación lineal entre las variables, es decir un coeficiente de correlación de 0.86 y un coeficiente de determinación de 0.75 lo cual indica que en el futuro el comportamiento se mantendría la relación entre las variables tal y como se ha demostrado en los años 2016 al 2020.

Debido a que el valor de los coeficientes se aproximan más a uno existe una relación fuerte entre las variables por lo cual se puede concluir que actúan directamente proporcional una con la otra.

ANEXO 9

Detalle de inversión de capacitaciones por FUNDEMAS

Detalle de costos				
	Costo por persona	18 días totales	30 empleados (c/ grupo)	Costo 90 empleados
Paquete de capacitación	\$250.00		\$7,500.00	\$22,500.00
Arrendamiento de local	\$18.50	\$333.00	\$3,330.00	\$29,970.00
Gastos publicitarios				\$3,500.00
Filmación y edición	\$3,300.00			
Reproducción de material (10 DVD's)	\$200.00			
Costos totales			\$10,830.00	\$55,970.00

- El costo de la capacitación es de \$250.00 por persona, incluyendo material didáctico y certificado.
- El costo del arrendamiento corresponde a \$18.50 diarios por persona que incluye almuerzo y 2 coffee break.
- El costo detallado no incluye el financiamiento con INSAFORP.