

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



**PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS
JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA DEL MUNICIPIO DE LA
REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO, APOYADOS POR LA
ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL.**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

Br. Lilian Alexandra, Clará Bonilla.

Br. Ingrid Gabriela, Portillo.

Br. Griselda Marilí, Rodríguez Rivas.

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

**Febrero 2013.
San Salvador, El Salvador, Centroamérica.**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector:

Ing. Mario Roberto Nieto Lovo

Secretario General:

Dra. Ana Leticia de Amaya

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano.

MSC. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario:

MAE. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Director:

MAE. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Coordinador de Seminario:

Lic. Rafael Arístides Campos

Febrero 2013.

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Principalmente agradezco a Dios por permitirme culminar con mi carrera universitaria brindándome la sabiduría necesaria. A mi madre Marleny Portillo por ayudarme incondicionalmente a alcanzar este sueño que también es su sueño y a mi demás familia por apoyarme a lo largo de mi carrera especialmente a Elsy Portillo y Sender González por aguantarme y ayudarme en todo lo que duro mi carrera, agradezco a mis amigos que forman una parte importante en este logro, así como también a mi grupo de trabajo en especial a Griselda Rodríguez.

Ingrid Gabriela Portillo.

A Dios todopoderoso por permitirme alcanzar esta etapa de mi vida. A mi familia que es el pilar imprescindible e importante en mi vida, a mi Madre Thelma que ha sido y será mi mayor apoyo; a mis Abuelos, (Lola y Chepe) que con paciencia y sabiduría gracias mil veces por todas sus enseñanzas, por todas las plegarias elevadas al Creador por mí, a mi abue, Lilian, quien dejo este mundo, pero quien está siempre conmigo, desde ahí, sé que estás orgullosa de mí. Mi papá Hugo que me ha ayudado de manera increíble en mi vida y sobre todo en mi crecimiento como ser humano. A mi equipo de trabajo, (Gabyto y Griseldita) por la oportunidad de crecer, reír, llorar juntas, por los momentos de “angustias”, crisis, desvelos y trabajo, por lograr juntas este sueño y compartir la alegría de verlo realizado.

Te agradezco a ti, bohemio y trovador que has alegrado mis días más pesados y tristes, has estado conmigo de forma incondicional, gracias por la paciencia, el apoyo, la alegría y todas las canciones y los bailes, pero muchas más gracias te doy por tu amor sincero y leal que me has demostrado. Su amor es una Bendición de Dios en mi vida.....¡Gracias por tu esencia!

A todas y todos ustedes un agradecimiento muy sincero desde el alma, se les quiere, aprecia y valora.

Lilian Alexandra Clará Bonilla

Agradezco a Dios por permitirme finalizar mis estudios universitarios, ayudándome a superar las diferentes dificultades, a mis padres Ana Gloria y Victor Wilfredo, a mi mamá Celia, por su apoyo incondicional y por darme fuerzas para seguir adelante. Agradezco a mis amigos y demás familiares por su apoyo a lo largo de mi carrera, así como también a mi equipo de trabajo.

Griselda Marilí Rodríguez Rivas.

INDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO PARA EL “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA DEL MUNICIPIO DE LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO, APOYADOS POR LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL”	1
A. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE LA REINA Y DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL.....	1
1. Aspectos generales del municipio de La Reina.	1
2. Aspectos generales de la Organización No gubernamental PLAN INTERNACIONAL en El Salvador.	3
a. Generalidades de PLAN INTERNACIONAL.	3
b. Filosofía Empresarial.	5
c. Políticas.	7
d. Planes estratégicos a Largo Plazo.	7
e. Estructura Organizativa.....	10
f. Marco Legal.	11
B. GENERALIDADES DE EMPRENDEDURISMO.....	13
1. Antecedentes del Emprendedurismo.	13
2. Definiciones de Emprendedurismo.	14
3. Definición de joven emprendedor.....	15
4. Enfoques del Emprendedurismo.	17
5. El Espíritu Emprendedor.	17
6. Tipos de Emprendedurismo.	19
7. Importancia del Emprendedurismo en la economía salvadoreña.	20
a. PLAN INTERNACIONAL como impulsor del emprendedurismo en los jóvenes.....	22
b. El Emprendedurismo en el Municipio de La Reina.	22
C. LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYME).....	23
1. Microempresa.	23

2.	Pequeña Empresa.....	23
3.	Mediana Empresa.....	23
D.	BISUTERÍA.....	24
1.	Aspectos generales de la bisutería.....	24
2.	Definición.....	25
3.	Funciones o finalidad de la bisutería.....	25
4.	Materiales.....	26
5.	Herramientas básicas.....	29
6.	Proceso básico para la elaboración de bisutería.....	31
E.	PLAN DE NEGOCIOS.....	31
1.	Definición.....	32
2.	Ventajas del Plan de Negocios.....	34
3.	Importancia.....	35
4.	Utilidad del Plan de Negocios.....	36
5.	Objetivos que persigue un Plan de Negocios.....	36
6.	Los usuarios del Plan de Negocios.....	37
7.	Formatos de Plan de Negocios.....	39
a.	Formato de Plan de Negocios según CONAMYPE.....	39
b.	Formato de plan de negocio del libro “administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor.”.....	42
 CAPÍTULO II		
DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA EN EL MUNICIPIO DE LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.....		
		46
A.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
1.	Objetivos General.....	46
2.	Objetivos Específicos.....	46
B.	IMPORTANCIA, ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
1.	Importancia.....	47
2.	Alcances.....	47

3.	Limitaciones	48
C.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	48
1.	Método de Investigación	48
a.	Método analítico.	49
b.	Método sintético.	49
2.	Fuentes de Información.....	49
3.	Tipo de Investigación.....	50
4.	Diseño de la Investigación.....	50
5.	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.	50
a.	Técnicas.....	51
b.	Instrumentos.	51
6.	Determinación del Universo.	52
7.	Procesamiento de la información.	52
a.	Tabulación y análisis de los datos.....	53
D.	DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	77
1.	MERCADEO.....	77
a.	Descripción de los productos.	77
b.	Principales proveedores y mercado meta.....	79
c.	Situación Actual del mercado.....	80
2.	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.	83
3.	ÁREA TÉCNICA.....	83
4.	ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	84
5.	ÁREA FINANCIERA.....	84
6.	ANÁLISIS FODA.....	85
a.	Análisis interno (Fortaleza, Debilidades) y externo (Oportunidades, Amenazas) de la situación actual.	85
b.	Combinación de Matriz FO, DO, FA, DA.....	86
7.	DESARROLLO SOCIAL.....	88
E.	CONCLUSIONES.....	89
F.	RECOMENDACIONES.....	90

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA, EN EL MUNICIPIO LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO, APOYADOS POR LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL.	91
A. RESUMEN EJECUTIVO.	91
B. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.	92
1. Objetivo General.	92
2. Objetivos Específicos.	92
C. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.	93
1. Generalidades de la Empresa.	93
2. Filosofía Empresarial.	93
a. Misión.	94
b. Visión.	94
c. Objetivos.	94
d. Valores.	95
3. Necesidades de capacitación.	95
D. ESTUDIO DE MERCADO.	97
1. Definición del mercado.	97
2. Competencia.	98
3. Mezcla de Mercado.	98
a. Producto.	98
b. Precio.	101
c. Plaza.	103
d. Promoción y Publicidad.	104
4. Proveedores.	112
E. PLAN DE PRODUCCIÓN.	114
1. Ubicación de la Planta.	114
2. Capacidad instalada.	114
3. Maquinaria, Herramientas e Instalaciones.	116

4.	Distribución en Planta.....	117
5.	Distribución física.	118
6.	Proceso de producción.	119
F.	FINANZAS.....	135
1.	Balance Inicial.....	135
2.	Presupuestos.....	136
a.	Presupuesto de materia prima.	136
b.	Presupuesto de materiales en dólares.....	137
c.	Presupuesto de mano de obra.	138
d.	Presupuesto de Gastos indirectos de Fabricación.....	138
e.	Presupuesto de Gastos de Administración y venta.	138
3.	Inversión Inicial.....	139
4.	Ventas Proyectadas.	140
5.	Estado de Resultados.....	141
6.	Balance General.	141
7.	Flujo de Caja.....	142
8.	Indicadores financieros.....	143
a.	Margen de utilidad.	143
b.	Punto de equilibrio.	143
9.	Evaluación del proyecto.....	145
a.	Valor actual neto y Tasa interna de retorno.	145
G.	BIBLIOGRAFÍA.....	147
H.	ANEXOS.....	151

INDICE DE ILUSTRACIONES.

ILUSTRACIÓN 1: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA ONG PLAN INTERNACIONAL UNIDAD DE PROGRAMAS DE CHALATENANGO.	10
ILUSTRACIÓN 2: USUARIOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.	38
ILUSTRACIÓN 3: NOMBRE O FONOTIPO.	99
ILUSTRACIÓN 4: LOGOTIPO.	99
ILUSTRACIÓN 5: SLOGAN.	100
ILUSTRACIÓN 6: GRAFISMO.	100
ILUSTRACIÓN 7: EMPAQUE.	101
ILUSTRACIÓN 8: CANAL CORTO.	103
ILUSTRACIÓN 9: CANAL LARGO.	104
ILUSTRACIÓN 10: TARJETA DE PRESENTACIÓN.	106
ILUSTRACIÓN 11: TARJETA DE REGALO.	107
ILUSTRACIÓN 12: MODELO DE BANNERS.	107
ILUSTRACIÓN 13: MODELO DE BROCHURE.	108
ILUSTRACIÓN 14: MODELO DE CATÁLOGO.	109
ILUSTRACIÓN 15: MODELO DE PERFIL EN FACEBOOK.	111
ILUSTRACIÓN 16: MODELO DE PERFIL EN TWITTER.	111
ILUSTRACIÓN 17: DISTRIBUCION EN PLANTA.	118
ILUSTRACIÓN 18: GRÁFICA PUNTO DE EQUILIBRIO.	145

INDICE DE TABLAS.

TABLA 1: PLANES ESTRATÉGICOS A LARGO PLAZO DE LA ONG PLAN INTERNACIONAL.	7
TABLA 2: CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES SEGÚN FUNDAPYMES.	24
TABLA 3: VENTAJAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.	34
TABLA 4: DESCRIPCIÓN DEL FORMATO PLAN DE NEGOCIOS SEGÚN CONAMYPE.	40
TABLA 5: DESCRIPCIÓN DEL FORMATO DE PLAN DE NEGOCIOS DEL LIBRO ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS: ENFOQUE EMPRENDEDOR.	43
TABLA 6: MATRIZ BCG.	78
TABLA 7: ANALISIS FODA.	85
TABLA 8: COMBINACIÓN FODA.	87
TABLA 9: PLAN DE CAPACITACIÓN.	96
TABLA 10: COSTOS VARIABLES QUINCENALES.	102
TABLA 11: COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO.	102
TABLA 12: COSTOS FIJOS.	102
TABLA 13: PRECIO UNITARIO.	103
TABLA 14: PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.	112
TABLA 15: PROVEEDORES.	113

TABLA 16: TIEMPO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	114
TABLA 17: REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO.....	116
TABLA 18: CURSOGRAMAS ANALÍTICOS PARA ELABORAR COLLARES Y PULSERAS.	121
TABLA 19: CURSOGRAMA ANALÍTICO PARA ELABORAR ANILLOS.	127
TABLA 20: CURSOGRAMA ANALÍTICO PARA ELABORAR ARITOS.	131
TABLA 21: BALANCE INICIAL.	135
TABLA 22: PRESUPUESTO DE MATERIALES EN UNIDADES.	136
TABLA 23: PRESUPUESTO DE MATERIALES EN DÓLARES.	137
TABLA 24: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA.....	138
TABLA 25: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.....	138
TABLA 26: PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA.....	138
TABLA 27: INVERSIÓN INICIAL.	139
TABLA 28: FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	139
TABLA 29: INGRESOS POR VENTAS MENSUALES.	140
TABLA 30: INGRESOS POR VENTAS ANUALES.....	140
TABLA 31: ESTADO DE RESULTADOS.....	141
TABLA 32: BALANCE GENERAL.....	141
TABLA 33: FLUJO DE CAJA.	142
TABLA 34: FORMULA PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	143
TABLA 35: INFORMACIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	143
TABLA 36: PUNTO DE QUILIBRIO EN UNIDADES POR PRODUCTO.	144
TABLA 37: PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES POR PRODUCTO.	144
TABLA 38: ESTADO DE RESULTADOS PARA DIFERENTES CANTIDADES A VENDER.	144
TABLA 39: TASAS DE DESCUENTO E INVERSIÓN.....	145
TABLA 40: FLUJO DE CAJA PARA CALCULAR EL VAN Y LA TIR.	146

RESUMEN

El presente trabajo de investigación nace de la necesidad que poseen las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, departamento de Chalatenango, la cual consiste en tener un plan de negocios que les permita organizar su idea de negocio, tomando en cuenta cada una de las áreas que forman una empresa las cuales son: Área administrativa, área de mercadeo, área de producción y finalmente el área financiera.

Además se tiene como finalidad que la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL cuente con este tipo de documento para proporcionarlo a otros jóvenes que quieran realizar otro tipo de emprendimiento.

Cabe mencionar que PLAN INTERNACIONAL es una Organización no Gubernamental sin fines de lucro, que promueve los derechos de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes salvadoreños por medio de la ejecución de diversos programas; como lo es el de Seguridad Económica Familiar (SEF), el cual PLAN trabaja en el municipio de La Reina con las y los jóvenes especialmente la línea de acción programática emprendedurismo, específicamente los que recibieron el taller de bisutería.

Para conocer la situación actual de las y los jóvenes emprendedores se formularon los siguientes objetivos para la investigación los cuales se detallan a continuación:

- Realizar una investigación de campo que permita la elaboración del diagnóstico de la situación de los jóvenes que elaboran productos de bisutería del municipio de La Reina, con la finalidad de proporcionarles un plan de negocios que les ayude a posicionarse en el mercado y a la comercialización de los productos de bisutería.
- Identificar las condiciones por las cuales algunos jóvenes no han puesto en marcha la iniciativa de negocio a pesar del conocimiento para la elaboración de productos de bisutería.

- Determinar el conocimiento que los jóvenes emprendedores tienen de su mercado en el municipio así como la comercialización de los productos de bisutería.
- Obtener la información necesaria para la elaboración del plan de negocios de tal forma que ayude a fortalecer los emprendimientos de los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango.

En la metodología utilizada para realizar la investigación se hizo uso del método científico, el cual sirvió de guía para hacer un proceso ordenado en el tratamiento de la información y de esta forma darle solución al problema encontrado, auxiliado por el método analítico y el sintético.

Algunas de las principales conclusiones y recomendaciones son las que se citan a continuación:

1. Conclusiones.

- Los factores que influyen de manera representativa al momento que el consumidor decide realizar una compra son: Los precios accesibles y la calidad.
- La falta de oportunidades económicas por parte de las entidades financieras ya sean locales o fuera del municipio dificulta la puesta en marcha del negocio.

2. Recomendaciones.

- Se sugiere que los precios accesibles se mantengan, ya que los consumidores lo consideran un factor primordial al momento de realizar una compra; sin embargo se debe tomar en cuenta la forma de asignación de precios teniendo especial cuidado el asignarlos de forma tal que no falte ningún costo.
- La obtención de un plan de negocios facilitará a las y los jóvenes el acceso a un crédito ante las instituciones financieras, puesto que dicho documento presenta un claro perfil del negocio a emprender.

Todo lo anterior con la finalidad de que las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería tengan una guía para poner en marcha su negocio, así como la posibilidad de obtener financiamiento o nuevos socios.

INTRODUCCIÓN.

Hoy en día el Emprendedurismo se ve reflejado comúnmente en los jóvenes ya que estos buscan sobresalir de crisis en tiempos difíciles obteniendo ingresos que les permitan tener un medio de vida digno y sostenible, y a su vez formar parte de la actividad económica del país, sin embargo muchas de las ideas emprendedoras solo se quedan como tales, la falta de conocimiento y poca orientación de acciones que les guíen a ser realizables y alcanzables, es una de las dificultades en particular a la cual se ven enfrentados los jóvenes.

Es aquí en donde PLAN, Unidad de Programas de Chalatenango interviene significativamente al desarrollar talleres vocacionales encaminados al aprendizaje de actividades productivas, pero la falta de una herramienta que permita visualizar el éxito desde una perspectiva administrativa, se convierte en el tema central de este estudio.

Por lo que surge la necesidad de desarrollar un Plan de Negocios para fortalecer los emprendimientos de los jóvenes que elaboran productos de bisutería, apoyados por la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL, con el fin de proporcionar un instrumento que les permita establecerse como negocio, así como también el empoderamiento de dicho emprendimiento.

EL presente trabajo consta de tres capítulos detallados a continuación:

El **primer capítulo**, contiene aspectos generales del municipio al cual pertenecen las y los jóvenes en estudio, además de las generalidades de la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL como impulsor de los emprendimientos, así mismo se mencionan definiciones, características ,tipos e importancia del Emprendedurismo, además información general de bisutería, así como también la base teórica conceptual de Plan de Negocios como fundamento principal del estudio ya que es necesario conocer la estructura que lo conforma, la ventaja, importancia, utilidad y usuarios de dicho instrumento.

En el **segundo capítulo**, se describen los objetivos de la investigación, la importancia, los alcances y limitaciones, la metodología que guíe al trabajo de forma objetiva, las fuentes de recopilación de información, las técnicas e instrumentos de recolección de información que hacen posible la realización del diagnóstico, conociendo así la situación actual de las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería, derivándose de esta manera las conclusiones y recomendaciones que darán pauta a la propuesta a realizar.

El **tercer capítulo**, lo constituye la propuesta de un Plan de Negocios, para las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, este se inicia con el resumen ejecutivo que describe brevemente el contenido del plan de negocios, siguiendo con los objetivos que persigue el plan, continua con las generalidades de la propuesta de negocio, su filosofía y valores que la caracterizaran, además del estudio de mercado, el plan de producción y las finanzas.

Dicha propuesta llevará a estos jóvenes a tener un camino más certero ya que ayuda a anticipar todos los aspectos claves que se van a encontrar en el camino, permitiendo desarrollar una estrategia anticipada de cómo enfrentarlos y superarlos para alcanzar de manera más eficiente los objetivos. Con la elaboración de dicho documento no solo se ayudará a los jóvenes que elaboran bisutería sino que también a PLAN INTERNACIONAL en programas que vayan enfocados a promover otro tipo de emprendimientos.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO PARA EL “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA DEL MUNICIPIO DE LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO, APOYADOS POR LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL”.

El presente capítulo es el inicio del trabajo de investigación, el cual consiste en el desarrollo de un Plan de Negocios para el fortalecimiento de los emprendimientos de las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería; en él se reflejan las generalidades del municipio de la Reina al que estos jóvenes pertenecen, además generalidades de la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL como principal impulsor del emprendedurismo, aspectos que se deben conocer acerca del término emprendedurismo y su efecto en las sociedades específicamente en las y los jóvenes.

Así como también la descripción de los materiales y herramientas utilizadas para la elaboración de la bisutería y finalmente se conocerá los elementos, la importancia y utilidad de un Plan de Negocios.

A. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE LA REINA Y DE LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL.

1. Aspectos generales del municipio de La Reina.¹

La Reina es uno de los 33 municipios pertenecientes al departamento de Chalatenango, fundado en 1856, según el censo oficial de 2007 posee una población de 9,525 habitantes, su extensión territorial es de 133.5 km², lo cual lo convierte en el cuarto municipio de mayor extensión en el departamento.

¹ Plan de inversión municipal 2011, Alcaldía Municipal del municipio La Reina.

Dicho municipio recibe ese nombre en honor a su primera residente, una guatemalteca de nombre María Reina, quien fue la primera que residió en este lugar.

En consideración al progreso alcanzado por el pueblo de La Reina, al creciente número de sus habitantes y al trabajo desarrollado por las autoridades locales en pro de la evolución del mismo, la Asamblea Nacional Legislativa emitió el decreto del 24 de junio de 1930, en virtud del cual otorgó el título de villa al mencionado municipio.

Este está situado a una distancia de 65 kilómetros de San Salvador y a 40.5 kilómetros de Chalatenango; limitado al norte por La Palma, al noreste por San Fernando y San Francisco Morazán, al este y sureste por Tejutla y al sur por Suchitoto y El Paisnal, al suroeste por Nueva Concepción, al oeste y noroeste por Agua Caliente.

La división territorial del Municipio consta de 7 cantones y 42 caseríos, entre los cuales figuran los cantones:

- El Pepeto.
- El Tigre.
- Las Peñas.
- Tilapa.
- Talchaluya.
- Tecomates.
- San José el Carao.

Este municipio celebra sus fiestas patronales en honor a la Reina de los Ángeles, que se lleva a cabo a partir del 19 al 28 de febrero.

Atraviesan al municipio los ríos: Grande de Tilaza, Los Aposentos, Rancho Viejo, El Coyolar, El Infierno; sus cerros más notables son: Calambre, La Víbora, La Junta, El Roblarcito, El Morro y Tronco Prieto; su clima es cálido; entre sus sitios turísticos se pueden mencionar las Grutas de El León y El Duende.

Para este municipio las remesas familiares representan un importante flujo de ingresos para las familias, ya que un considerado número de habitantes emigraron hacia los Estados Unidos, además le sigue la agricultura y la ganadería; entre los productos agrícolas más cultivados están: Maíz, frijol y maicillo, también se produce pipián, ayote, pepinos, huertos y el loroco por temporada.

A excepción de la Agricultura y la actividad pecuaria (Bovinos, Porcinos, Equinos y Aves), se dedican a la producción de lácteos; el comercio de todas estas actividades representa una fuente de ingreso importante, estas se efectúan principalmente con Tejutla, Chalatenango, La Palma y municipios aledaños.

2. Aspectos generales de la Organización No gubernamental PLAN INTERNACIONAL en El Salvador.²

a. Generalidades de PLAN INTERNACIONAL.

PLAN es una organización internacional de desarrollo, sin fines de lucro, sin afiliaciones políticas, religiosas o gubernamentales, nació en 1937, fundada por el periodista británico John Langdon-Davies a raíz de los miles de niños y niñas que quedaron huérfanos como consecuencia de la guerra civil española, actualmente su sede internacional está ubicada en Londres, Inglaterra .

Esta organización se basa en los Derechos Humanos, específicamente en el reconocimiento de la niñez y juventud como sujetos de derechos, lo cual se ve reflejado tanto en sus programas de trabajo, como en su organización funcional, a partir de los cuales busca alcanzar el cumplimiento de los derechos de la niñez, particularmente de aquellos que viven en situaciones de pobreza o exclusión social, además tienen como objetivo central el de contribuir

²<http://www.plan.org.sv/> (04 -07-2012, 10:00 am)

en la construcción de sociedades que respetan, protegen, defienden y cumplen los derechos de la niñez.

En El Salvador ésta organización tiene presencia desde 1976, y es una de las organizaciones de desarrollo más grandes del país. Promueve los derechos de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes salvadoreños por medio de la ejecución de diversos programas, trabaja con un enfoque de "**Desarrollo Comunitario Centrado en la Niñez**" (DCCN), ya que se basa en la acción colectiva de todos los actores: El estado, la sociedad civil y la familia, para cumplir con las obligaciones contraídas a través de las convenciones, tratados internacionales y locales a favor de los derechos de la niñez; para generar el empoderamiento y participación activa de los niños y las niñas, de manera que puedan desarrollar todo su potencial.

Durante 35 años, PLAN INTERNACIONAL ha colaborado muy de cerca, de manera permanente y a largo plazo con las familias y comunidades salvadoreñas. Actualmente, cuenta con cuatro oficinas ubicadas en los departamentos de **Cabañas, Chalatenango, La Libertad y San Salvador incluyendo Cuscatlán**, donde se encuentran las poblaciones más vulnerables y con altos índices de pobreza de todo el país, PLAN INTERNACIONAL, está presente en 5 departamentos y trabaja en más de 400 comunidades de 61 municipios³; 28 municipios del departamento de Chalatenango, 6 municipios del departamento de San Salvador, 7 municipios del departamento de Cuscatlán, 7 municipios en el departamento de Cabañas y 14 municipios en el departamento de la Libertad.

PLAN, Unidad de Programas de Chalatenango.⁴

La investigación se realizó en el departamento de Chalatenango que de acuerdo al mapa de pobreza⁵, refleja que 10 de sus 33 municipios se encuentran en pobreza extrema severa, 11 en pobreza extrema alta, 11 en pobreza extrema moderada y 1 en pobreza extrema baja.

Estos índices de pobreza se reflejan en bajos niveles de educación, pocas oportunidades de desarrollo de la juventud, bajo acceso a servicios de salud, violencia social y de género,

³Ver Anexo 1

⁴ PLAN, Unidad de Programas de Chalatenango.

⁵Ver Anexo 2

exclusión en los procesos de toma de decisiones de la niñez, adolescencia y juventud y alta vulnerabilidad ambiental del territorio.

Debido a lo anterior se crea la Unidad de Programas de Chalatenango donde Plan en El Salvador inició su intervención en el año 1978; actualmente trabaja en 163 comunidades de 30 municipios; 28 municipios del departamento de Chalatenango, 1 municipio del departamento de San Salvador (El Paisnal) y 1 municipio del departamento de Cuscatlán (Suchitoto), durante los últimos siete años.

Como toda institución PLAN posee aspectos generales organizativos, que a continuación se presentan:

b. Filosofía Empresarial⁶.

1. Misión.

Lograr mejoras duraderas en la calidad de vida de los niños y niñas que viven en condiciones de pobreza en países en vías de desarrollo, a través de un proceso que conecta a personas de distintas culturas y significado a sus vidas.

2. Visión.

Un mundo donde todas las niñas y niños desarrollen su pleno potencial, en sociedades que respeten los derechos y la dignidad de las personas.

3. Principios.

A continuación se citan los principios bajo los cuales trabaja PLAN:

- Enfocados en los niños.
- Aprendizaje institucional.
- Integración.

⁶<http://www.plan.org.sv/> (04-07- 2012, 10:10 am)

- Igualdad de género.
- Sostenibilidad ambiental.
- Empoderamiento y sostenibilidad.
- Cooperación.
- Cultura de paz.

4. Valores.

Los valores con los cuales trabajan los empleados de PLAN son los siguientes:

- Somos éticos, honestos, transparentes, y valoramos altamente la integridad.
- Somos responsables ante todas nuestras contrapartes en nuestra comunicación, finanzas, medidas de desempeño y resultados y nos esforzamos por la eficacia, sostenibilidad y eficiencia en todo lo que hacemos. Nos adherimos a los estándares internacionales reconocidos.
- Creamos las condiciones en nuestro trabajo, en nuestras actividades y en nuestra organización para el empoderamiento personal, especialmente de la niñez y de los más marginados.
- Respetamos los derechos de la niñez y los derechos humanos y creemos en la dignidad innata e inalienable como seres humanos sin distinciones de edad, género, raza, color, etnia, religión, clase, nacionalidad, país de origen, estado civil, orientación sexual o discapacidad.
- Reconocemos que no podemos solucionar problemas de la pobreza solos pero podemos hacerlo a través del trabajo en equipo y socios.
- Nos esforzamos por el aprendizaje y mejoras continuas. Escuchamos las ideas nuevas y animamos actividades emprendedoras, la innovación, la creatividad, y el cambio.
- Como personas comprometidas con el futuro que ahora está en nuestro comportamiento diario, somos gente que cumple su palabra, especialmente en cuanto a puntualidad, entrega de informes y respetar la palabra de los demás y las demás.

c. Políticas.

PLAN se rige por rigurosas políticas internacionales de Protección a la Niñez y por un Código de Conducta que promueve la transparencia institucional, la igualdad de género y seguridad de las personas.

A continuación se detallan los tipos de políticas que PLAN EN EL SALVADOR utiliza:

- Política de voluntariado.
- Política de whistleblowing (soplado, silbar).
- Política global de salud y seguridad laboral.
- Política para la igualdad.

d. Planes estratégicos a Largo Plazo⁷.

Los planes estratégicos que PLAN lleva a cabo responden a las principales necesidades de la niñez de El Salvador, en las áreas de Educación, Salud, Protección, Participación, Empoderamiento Económico y Respuesta a Emergencias. A continuación se detallan.

Tabla 1: PLANES ESTRATÉGICOS A LARGO PLAZO DE LA ONG PLAN INTERNACIONAL.



● Derecho a un comienzo Saludable de Vida.

Busca que las niñas y niños desde la concepción a los siete años alcancen gradualmente un desarrollo integral, en un ambiente familiar saludable, equitativo, seguro y estimulante, donde las familias, la comunidad, la sociedad civil y el Estado colaboran por la realización de sus derechos. Dentro de las acciones se incluyen la atención pre y post natal de mujeres, el fomento de la responsabilidad paterna, atención integral de niñas y niños menores de siete años y promoción de políticas públicas e incremento de inversión nacional en Desarrollo Integral de la Primera Infancia.

⁷<http://www.plan.org.sv/> (04-07- 2012, 10:45 am)



- **Derecho a la Protección contra las formas de violencia.**

Este programa se enfoca en trabajar con niñas, niños, adolescentes, jóvenes y sus familias, así como con organizaciones sociales e instituciones gubernamentales, para promover la cultura de paz, prevenir las diferentes formas de violencia y asegurar la atención y restitución de derechos para las víctimas. Su principal estrategia será la información, educación y comunicación para aumentar la conciencia sobre la violencia y promover cambios culturales, así como el fiel cumplimiento de la legislación y políticas nacionales e internacionales.

- **Derecho a seguridad económica, salud sexual y reproductiva y educación.**

Integra las acciones orientadas a lograr que adolescentes y jóvenes desarrollen habilidades y competencias para la vida y el trabajo, participando activamente en la toma de decisiones que les afectan para su auto cuidado y desarrollo integral, junto a las instituciones públicas y privadas, comunidades y sus familias. Este programa promoverá la adquisición de conocimientos de niñas, niños y jóvenes, especialmente niñas y mujeres, así como el incremento en el acceso a la educación primaria y secundaria con calidad. Plan fortalecerá los conocimientos de la niñez y personal responsable en el tema de salud sexual reproductiva y se buscará el empoderamiento económico de jóvenes.



- **Derecho a participar como ciudadanos y ciudadanas.**



El programa propicia las condiciones institucionales, legales y organizativas para que las niñas, los niños, adolescentes y jóvenes junto con los garantes y corresponsables desarrollen procesos de participación, organización y toma de decisiones, todo lo cual implica el ejercicio pleno de la ciudadanía. Se fomentarán organizaciones infanto-juveniles y redes, desarrollo de procesos electorales y auditoría social, entre otras acciones de ciudadanía activa. También se apoyará la implementación de la Ley de Protección de la Niñez y Adolescencia de El Salvador, y se abogará por espacios y oportunidades para la participación de la niñez y juventud.

- **Derecho a protección en emergencias y a vivir en comunidades resilientes.**



El programa propicia la construcción de una cultura de protección integral para reducir los riesgos a desastres y fortalecer la preparación y respuesta a los mismos, en base al trabajo conjunto de todos los actores, desde las instituciones de gobierno hasta las comunidades y familias, incluyendo especialmente a la niñez, adolescencia y juventud. Este programa fortalecerá a las comunidades para reducir su vulnerabilidad e incrementar su resiliencia o capacidad de respuesta y recuperación ante desastres. Plan también hará incidencia para la elaboración y puesta en marcha de políticas públicas para la gestión del riesgo frente a desastres y la adaptación al cambio climático, así como responderá a situaciones de emergencia en el país, con énfasis en la protección de la niñez.

Por lo tanto en el plan estratégico “Derecho a Seguridad Económica, Salud Sexual y Reproductiva y Educación”, se desarrolla el programa “Seguridad Económica Familiar (SEF).” Dicho programa se divide en tres líneas programáticas que son: Empleabilidad y Emprendimiento (principal), Educación Social y Financiera y Microfinanzas Plus.

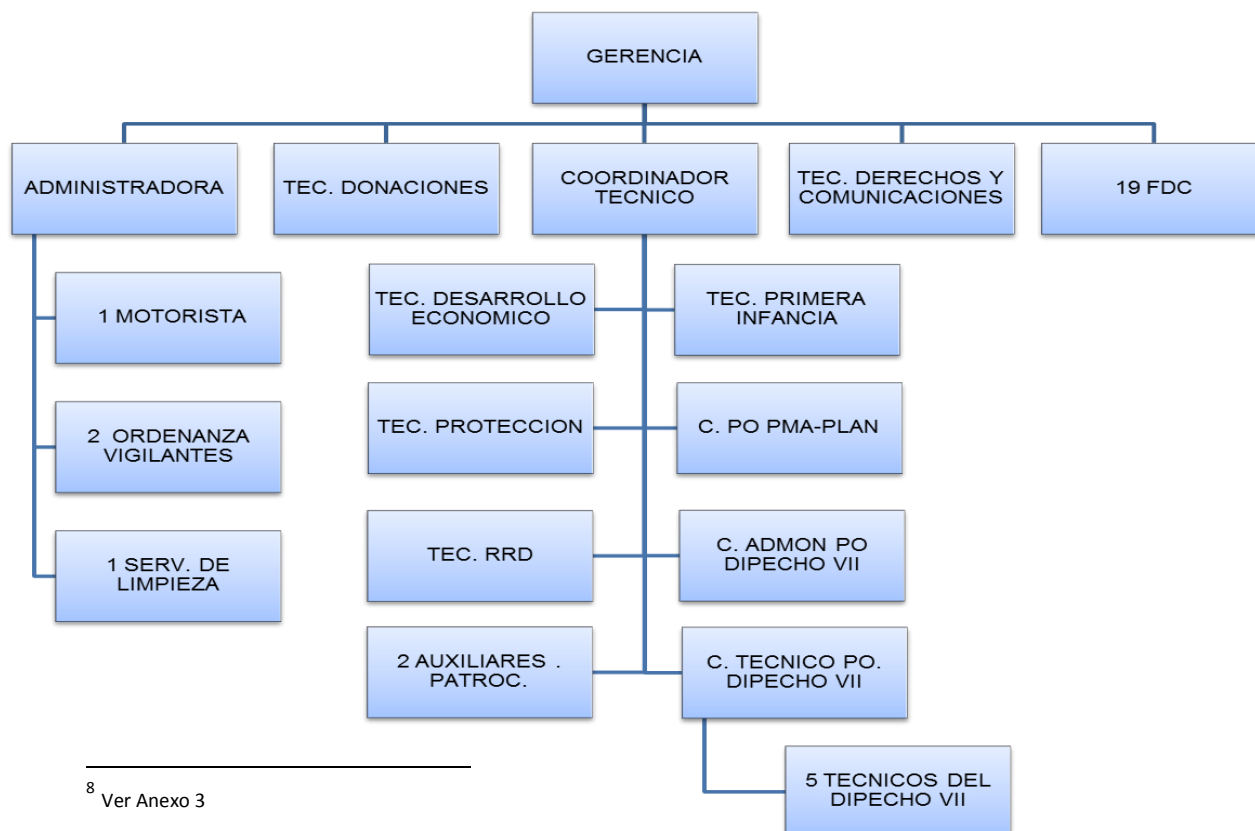
La línea programática de Empleabilidad y Emprendimiento tiene como objetivo lograr que las y los jóvenes se inserten laboralmente en un trabajo decente o realicen emprendimientos de nuevas iniciativas para que puedan obtener ingresos que les permitan tener un medio de vida digno y sostenible.

Además ésta línea se divide en dos líneas de acción programáticas que son: a) Emprendedurismo y b) Empleabilidad. El caso de estudio para esta investigación es la línea de acción programática Emprendedurismo que tiene como grupo meta las y los jóvenes que residen en el municipio La Reina, departamento de Chalatenango.

e. Estructura Organizativa.

La estructura organizativa de la Unidad de Programas de Chalatenango es la siguiente⁸:

Ilustración 1: ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA ONG PLAN INTERNACIONAL UNIDAD DE PROGRAMAS DE CHALATENANGO.



⁸ Ver Anexo 3

f. Marco Legal.

Todas las instituciones ya sean privadas o gubernamentales, con fines o sin fines de lucro están regidas por diferentes leyes dentro de las cuales se encuentran las que se describen a continuación:

Según lo establecido en la Constitución de la República de El Salvador, en el Art. 7. “Establece que los habitantes de El Salvador tienen derecho a asociarse libremente y a reunirse pacíficamente y sin armas para cualquier objeto lícito”⁹.

“No podrá limitarse ni impedirse a una persona el ejercicio de cualquier actividad lícita, por el hecho de no pertenecer a una asociación”.

Además las organizaciones no gubernamentales se rigen por la Ley de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro, por lo tanto en el artículo 9 expresa que: Se entenderá que una asociación y fundación es sin fines de lucro, cuando no persiga el enriquecimiento directo de sus miembros, fundadores y administradores. En consecuencia, no podrán distribuir beneficios, remanentes o utilidades entre ellos, ni disponer la distribución del patrimonio de la entidad entre los mismos al ocurrir la disolución y liquidación de la entidad.¹⁰

Por lo tanto para la investigación que fortalecerá el programa “Seguridad Económica Familiar” en especial para la línea programática de Empleabilidad y Emprendimiento, está regido por las declaraciones, convenios, normas y políticas internacionales que se describen a continuación:

Según la Declaración Universal de los Derechos Humanos¹¹, en el artículo 23, inciso primero: establece que las personas tienen el derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.

⁹ Constitución de La República, Decreto Legislativo N° 38, Diario Oficial N° 234, Tomo N° 281, Fecha 16/12/1983.

¹⁰ Ley de Asociaciones y fundaciones sin fines de lucro, Decreto Legislativo # 894, fecha 21 de noviembre de 1996, Diario Oficial 238, tomo 333.

¹¹ <http://www.un.org/es/documents/udhr/> (05-07-2012, 9:00am)

También la Convención de los Derechos del Niño¹² indica en su artículo 28 lo siguiente:

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño a la educación y, a fin de que se pueda ejercer progresivamente y en condiciones de igualdad de oportunidades ese derecho, deberán en particular:
 - a. Implantar la enseñanza primaria obligatoria y gratuita para todos.
 - b. Fomentar el desarrollo, en sus distintas formas, de la enseñanza secundaria, incluida la enseñanza general y profesional, hacer que todos los niños dispongan de ella y tengan acceso a ella y adoptar medidas apropiadas tales como la implantación de la enseñanza gratuita y la concesión de asistencia financiera en caso de necesidad.

2. Los Estados Partes fomentarán y alentarán la cooperación internacional en cuestiones de educación, en particular a fin de contribuir a eliminar la ignorancia y el analfabetismo en todo el mundo y de facilitar el acceso a los conocimientos técnicos y a los métodos modernos de enseñanza. A este respecto, se tendrán especialmente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Sin embargo hay una serie de normas que establece La Organización Internacional del trabajo, por lo tanto las normas en las que se fundamenta el programa Seguridad Económica Familiar son:

La Norma sobre Orientación y Formación Profesionales (Recomendación 136)¹³. Esta Recomendación se aplica a los programas especiales que tienen por objeto permitir que los jóvenes participen en actividades destinadas al desarrollo económico y social de su país y adquieran la educación, calificaciones y experiencia que faciliten posteriormente su actividad económica estable y fomenten su integración en la sociedad.

¹²Convención sobre los Derechos del Niño, adoptada y abierta a la firma y ratificación por la Asamblea general en su resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989, Entrada en vigor: 2 de septiembre de 1990.

¹³Recomendación sobre los programas especiales de empleo y de formación para los jóvenes, con miras al desarrollo. RECOMENDACIÓN: R136. Lugar: Ginebra, Sesión de la Conferencia: 54, Fecha de adopción: 23/06/1970.

La Norma sobre Política y Promoción del Empleo (Recomendación 189)¹⁴:

1. Los Miembros deberían, en consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores, definir las pequeñas y medianas empresas atendiendo a criterios apropiados, teniendo en cuenta las condiciones sociales y económicas nacionales, quedando entendido que este enfoque flexible no debería impedir que los Miembros formulen, de común acuerdo, definiciones a los efectos del acopio y el análisis de datos.
2. Miembros deberían adoptar medidas que se ajusten de forma adecuada a las condiciones y a las prácticas nacionales a fin de reconocer y potenciar el papel fundamental que las pequeñas y medianas empresas pueden desempeñar en lo relativo a:
 - a. La promoción del pleno empleo, productivo y libremente elegido.
 - b. La ampliación de las posibilidades de realizar actividades remuneradoras y creadoras de riqueza que conduzcan a empleos productivos y duraderos.
 - c. El crecimiento económico duradero y la capacidad para responder con flexibilidad a los cambios.
 - d. Una mayor participación en la economía de los grupos desfavorecidos y marginados de la sociedad.
 - e. El aumento del ahorro y las inversiones nacionales.
 - f. La formación y el aprovechamiento de los recursos humanos.

B. GENERALIDADES DE EMPRENDEDURISMO.

1. Antecedentes del Emprendedurismo.

El Emprendedurismo dentro del ámbito de Administración de Empresas es una manera de ir resolviendo algunas problemáticas, debido principalmente a la necesidad de las personas de

¹⁴ Recomendación relativa a las condiciones generales para fomentar la creación de empleos en las pequeñas y medianas empresas. RECOMENDACIÓN: R189. Lugar: Ginebra, sesión de la Conferencia:86, Fecha de adopción:17/06/1998

sobresalir de crisis en tiempos difíciles y ser diferenciados obteniendo utilidades generosas a sus estilos de vida.

El Emprendedurismo es una manera de sacar a flote características que son concluyentes para el éxito de una persona, debido a esto desde el año 1999 fue creado el GEM: Global Entrepreneurship Monitor (Monitor de Emprendedurismo Global), el cual es una organización encargada de medir las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre los países, así como revelar los factores que determinan los niveles de dichas actividades, además de identificar políticas que mejoren el nivel de las mismas en cada nación.

Dicho lo anterior, se puede decir que este proceso de emprender ha sido un fenómeno que ha tomado apogeo entre la sociedad y que está relacionado con un proceso social llevado a cabo por individuos que se forman a través de las distintas relaciones sociales e influenciados por aspectos culturales, económicos, sociológicos y psicológicos.

2. Definiciones de Emprendedurismo.

Existen diversas definiciones de Emprendedurismo, sin embargo se retoman las que están dentro del ámbito administrativo, ya que en ocasiones se enfoca en el punto de vista de lo que la persona “es” y en otras de lo que la persona “hace”.

A continuación se presentan definiciones que el equipo considera más acertadas y que hacen referencia al término Emprendedurismo desde diferentes perspectivas administrativas.

Según el GEM el Emprendedurismo “es un proceso dinámico que incluye no solo a las ideas que se transforman en negocios, o a las nuevas empresas, sino también a las que hacen cosas nuevas aun invirtiendo muchos años en el mercado”¹⁵

¹⁵<http://emprendedor.com.sv>, según GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (05-07- 2012,9:50 am)

Además se presentan algunas definiciones específicas que han generado en torno a la cultura emprendedora, las siguientes fueron citadas por Sérvulo Anzola¹⁶:

- **Definición económica de emprendedor:** Realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- **Definición pragmática de emprendedor:** Es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño. En este concepto estará enfocada la investigación profundizándose en el desarrollo de la misma.
- **Definición operativa de emprendedor:** Aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- **Definición general de emprendedor:** El que hace que las cosas sucedan.

El equipo investigador define Emprendedurismo como “La transformación de una idea de negocio en un proyecto concreto organizando los recursos necesarios para poner en marcha dicha idea, asumiendo riesgos económicos, para la obtención de ingresos que permita tener un medio de vida digno y sostenible”.

El termino Emprendedurismo no está aislado de características empresariales ya que permite identificar oportunidades de negocio y la realización de actividades encaminadas a su puesta en marcha, haciendo posible el buen uso de los recursos disponibles.

3. Definición de joven emprendedor.

No se debe dejar a un lado que se tiene que conocer el término joven ya que estos son los principales actores de cambio en una sociedad y constituyen el principal sujeto de estudio de esta investigación, a continuación se detalla:

¹⁶SérvuloAnzola: Director de la Dirección de Liderazgo Emprendedor de la División de Desarrollo Empresarial del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITEMS), México.

El concepto de juventud, es un término que deriva del vocablo latino iuventus, permite identificar al periodo que se ubica entre la infancia y la adultez. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha definido a la juventud como la etapa que comienza a los 15 y se prolonga hasta los 25 años de vida de todo ser humano, aunque no existen límites precisos al respecto.

Sin embargo PLAN considera joven a toda persona entre 14 y 30 años que reside en una comunidad en la que la institución interviene a través de sus programas. Las edades comprendidas pueden variar según las legislaciones vigentes en cada país donde se implementará el programa (Plan International, 2009)¹⁷.

Por otro lado se concibe joven a las “personas que se encuentran como actores estratégicos del desarrollo y, por consecuencia, como una oportunidad local con claras implicaciones que se proyectan en la economía, la cultura, el desarrollo social y la política”¹⁸.

Debido a lo anterior el equipo investigador define como jóvenes emprendedores a “toda persona que se encuentre dentro de un rango de edad entre 15 a 24 años que desarrolle una idea de negocio, con la finalidad de obtener ingresos económicos y que además contribuya al desarrollo de su comunidad.”

Ya definido los términos Emprendedurismo y joven emprendedor, se explica a continuación los enfoques en los que se ven inmersos.

¹⁷Se toma de referencia principal el documento “Economic Security Framework 2010 – 2015” sin embargo, se amplía el rango de años para los jóvenes para integrar las diferentes legislaciones de los países en donde se implementará el Programa.

¹⁸ <http://www.oij.org>, (Organización Iberoamericana de la Juventud) (05-07- 2012, 10:55 pm)

4. Enfoques del Emprendedurismo.¹⁹

Lo esencial es considerar que es imposible modificar ciertas características innatas y a consecuencia de ello surgen dos enfoques del término Emprendedurismo que a continuación se detallan:

- **El emprendedor nace.**

Esta visión se basa en que el emprendedurismo es un arte innato y la persona lo lleva inmiscuido en su personalidad desde el primer momento. Esta corriente señala que la curiosidad, la inquietud, la pasión y la actitud son aspectos que personas bajo idénticos marcos contextuales no compartirán.

- **El emprendedor se hace.**

Existe un sistema dado por el entorno tecnológico, económico, político y cultural en el que está inmerso el emprendedor, que lo condiciona de forma externa, es decir que podrán estimular o desalentar el surgimiento de emprendedores en un lugar dado los cuales pueden ser: El acceso al capital, las iniciativas de apoyo a emprendimientos y el nivel de penetración de la tecnología, entre otros.

5. El Espíritu Emprendedor.

Es importante destacar que el espíritu emprendedor “Es la capacidad humana para iniciar cambios a partir de la percepción de oportunidades que otros no identifican”.²⁰

Se debe entender que el emprendedurismo va mas allá de identificarse únicamente con la creación de una nueva empresa, también posibilita la adopción de ciertas actitudes y comportamientos ante la vida profesional y personal.

¹⁹<http://prouniversitarios.com/emprendimientos/el-emprendedor-%C2%BFnace-o-se-hace/>(05-07-2012, 11:16 am)

²⁰Castillo, Edgar M.Sc. / Quesada, Carlos MBA. Manual de Capacitación para emprendimientos Rurales, San José, enero 2011

Es decir que se requiere de diversas habilidades y cualidades para concebir y hacer realidad una idea, así en el núcleo del espíritu emprendedor se encuentra un proceso incesante de búsqueda y/o reconocimiento de oportunidades, además de la intención de actuar de tal forma que permita aprovechar dichas oportunidades, sobre todo ha de entenderse como una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad de las personas a la hora de identificar, perseguir y explotar una oportunidad de negocio.

Por consiguiente para el nacimiento de un espíritu emprendedor debe presentar diversos factores los cuales se detallan en el siguiente apartado.

a. Factores que favorecen al nacimiento de un espíritu emprendedor.

La conducta de la persona emprendedora está completamente definida ante la complejidad de adopción al entorno en el que se desenvuelve, sin embargo es posible identificar algunos atributos relacionados con sus intereses, aptitudes, actitudes y motivación, todo ello de acuerdo a:

- **La Libertad:** La actitud de todo emprendedor implica comenzar, investigar, y arriesgarse, sin embargo, esto sólo es posible en un ambiente de libertad dada la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, es decir al aprovechamiento de las oportunidades.
- **La Educación:** Tiene una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor, ya que permite ver las oportunidades, analizar los recursos existentes y la formación básica para emprender un negocio, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.
- **El Entorno:** El medio en el que se desenvuelve un emprendedor es uno de los factores más importantes, permitiendo el desarrollo de éste. Una persona emprendedora es promovida como líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante, existen lugares donde el emprendedor se enfrenta a diferentes situaciones tales como: La penetración en el mercado, ofertas de empleo, limitantes económicas, entre otros.

Se puede resumir que los factores imprescindibles para el nacimiento del espíritu emprendedor son: La libertad, la educación y el entorno. Además cabe mencionar que un emprendedor debe ser identificado de acuerdo a la motivación que lo llevo a emprender una iniciativa de negocio.

6. Tipos de Emprendedurismo.²¹

Los tipos de Emprendedurismo responden al grado de motivación que llevó al emprendedor a concretar su idea de negocio a partir de situaciones adversas.

a. Emprendedor por necesidad.

Son personas que ante las dificultades para encontrar un trabajo optan por montar un negocio como salida a esa situación. Suelen tener poco éxito porque la necesidad probablemente condicione las circunstancias en las que se crea y se desarrolla el negocio y eso puede ser un gran obstáculo.

b. Emprendedor oportunista.

Estos emprendedores se caracterizan por que nunca se plantearían el tener su propia empresa pero detectan una oportunidad (un nuevo producto, una necesidad del mercado o un espacio en el cual puede desarrollar un negocio) y se lanzan a aprovecharla. Suelen estar excesivamente condicionados a esa oportunidad y su aprovechamiento, si ésta fracasa nunca más lo volverán a intentar porque no tienen auténtica mentalidad emprendedora.

c. Emprendedor vocacional.

Para estos emprender es una actitud, no se conformarán con el éxito o el fracaso de una iniciativa y seguirán emprendiendo, poniendo en marcha nuevas ideas o ayudando e

²¹<http://misterempresa.wordpress.com/2011/11/30/los-distintos-tipos-de-emprendedores/> (05-07- 2012, 2:30 pm)

impulsando a otros a que lo hagan. Crearán varias empresas, unas con mayor éxito que otras, y siempre estarán dispuestos a buscar dónde empezar una nueva aventura.

d. Emprendedor visionario.

Estaríamos ante el emprendedor inventor, siempre está buscando donde hacer negocio. Son muy versátiles y se atreven con cualquier campo. Son vocacionales y pasionales, lo que les vuelve más comunicativos y persuasivos. Se caracterizan por su poca aversión al riesgo.

Dichos tipos de Emprendedurismo son muy comunes en El Salvador ya que se muestra una gran cantidad de personas e instituciones dedicadas al fomento del Emprendedurismo, en tal caso en el siguiente apartado se describe la importancia del Emprendedurismo en la economía salvadoreña.

7. Importancia del Emprendedurismo en la economía salvadoreña.

En El Salvador, las y los jóvenes emprendedores, que con diferentes ideas buscan no solo de autoemplearse, sino también dar su aporte al desarrollo económico del país como a sus comunidades. Por lo tanto el Emprendedurismo en El Salvador es ahora una alternativa para que las y los jóvenes puedan sufragar necesidades económicas.

El emprendedurismo contribuye al crecimiento económico en la medida que:

- Estimula el surgimiento de nuevas empresas y empleos.
- Posibilita a las personas una manera distinta de desenvolverse en la sociedad.

Es por eso, que en muchos países como en El Salvador hay un interés creciente sobre la necesidad de promover el Emprendedurismo a través de la educación, fomentando así una cultura emprendedora, especialmente en las y los jóvenes. Sin embargo la mayoría de iniciativas se ven afectadas por la falta de financiamiento que es la principal limitante que se presenta para materializar la puesta en marcha de nuevos proyectos, no obstante, esto no sería

problema si existiesen otros mecanismos alternativos para financiar proyectos emprendedores, tales como fondos de capital semilla, créditos accesibles, bajas tasa de interés, etc. Pero esto todavía no es la realidad de **El Salvador**, en donde están iniciándose algunos esfuerzos por la creación de estos instrumentos de financiación.

En el Diagnóstico sobre la Situación del Emprendedurismo en Centroamérica, elaborado en abril de 2010 por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), destaca que “El Salvador muestra una gran cantidad de instituciones dedicadas al fomento del emprendedurismo, mucho más que en todos los demás países de la región”. Sin embargo existen fuertes limitantes que llevan a los emprendedores a estancarse y aun más a no realizar su proyecto emprendedor.

En los países desarrollados se crean alianzas público-privadas-académicas que han demostrado ser pautas de éxito en los procesos de cambio, y que han tenido al emprendedurismo como instrumento clave para la generación de empleo y autoempleo²². Estas alianzas se muestran poco en El Salvador, que a pesar que existen un número considerado de instituciones que apoyan al Emprendedurismo, hace falta un compromiso de todos los actores claves tanto del gobierno, la empresa privada y otras instituciones enmarcadas bajo este contexto.

En el salvador la Organización No Gubernamental PLAN INTERNACIONAL, está trabajando en programas que fomentan iniciativas emprendedoras en las y los jóvenes de las diferentes comunidades. Por lo tanto se hace necesario mencionar a esta organización como impulsor del Emprendedurismo juvenil.

²²<http://www.laprensagrafica.com/economia/nacional/174055-emprendedurismo-en-el-salvador.html> (06-07-2012, 10:10 am)

a. PLAN INTERNACIONAL como impulsor del emprendedurismo en los jóvenes²³.

La ONG considera que las iniciativas de nuevos negocios tienen un potencial multiplicador de empleo. Además considera que es importante promover el emprendedurismo, ya que comparativamente se invierte el mismo recurso en emplear a un joven que en formarlo para el emprendedurismo, pero esta última actividad tiene un efecto multiplicador en empleos.

PLAN promueve diversas oportunidades de negocios que pueden emprender los jóvenes, de las cuales se mencionan las siguientes: El procesamiento y venta de productos agropecuarios, producción de artesanías con diseños innovadores, panadería, estructuras metálicas, producción de hamacas, piñatería, apicultura, acuicultura y pesca artesanal en las zonas próximas al río Lempa, producción agrícola intensiva en poco espacio.

PLAN ha acompañado la creación de varias microempresas en sus áreas de influencia. Una de las estrategias es incrementar las oportunidades económicas para las y los jóvenes de diversos municipios.

b. El Emprendedurismo en el Municipio de La Reina.

PLAN INTERNACIONAL se ve motivado a apoyar el emprendedurismo de los jóvenes de dicho municipio para que puedan obtener ingresos que les permitan tener un medio de vida digno y sostenible.

Esto es posible por medio de diferentes emprendimientos en los cuales ha brindado conocimientos y competencias para que puedan poner en marcha su iniciativa de negocio, algunos de ellos son: Huertos caseros, granjas de pollos, piñatería, panadería y pastelería, y para el caso de estudio se hace referencia a los jóvenes que elaboran productos de bisutería.

²³<http://www.laprensagrafica.com/lo-del-dia-edi/265298-plan-promovera-el-emprendedurismo-.html> (06-07- 2012, 3:40 pm)

C. LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYME).

A continuación se presentan las definiciones de este tipo de empresas según el Ministerio de Economía:

1. Microempresa.

Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, y hasta 10 trabajadores remunerados.

2. Pequeña Empresa.

Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, y hasta 50 trabajadores remunerados.

3. Mediana Empresa.

Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, hasta 100 trabajadores remunerados.

Así como también se presenta la clasificación de las PYMES según FUNDAPYMES, las cuales son:

Tabla 2: CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES SEGÚN FUNDAPYMES.

	Trabajadores	Facturación Anual USA \$	Activos en USA \$
Micro Empresa.	1 a 10	Menos de \$500,000	Menos de \$300,000
Pequeña Empresa.	11 a 50	De \$500,01 a \$1,200,000	De \$300,01 a \$700,000
Mediana Empresa.	51 a 250	De \$1,200,001 a \$6,000,000	De \$700,001 a \$3,500,000
Gran Empresa.	Más de 251	Más de \$6,000,001	Más de \$3,500,001

FUENTE: FUNDAPYMES.

D. BISUTERÍA.

1. Aspectos generales de la bisutería.

La historia de este arte lleva siglos y aun sigue acaparando las necesidades de mujeres y hombres de las decoraciones. Los inicios de la elaboración de estos productos parten de la edad media, ya que las joyas se reservaban a los religiosos, a los soberanos y a los comerciantes, estas reflejaban entonces un símbolo de autoridad. La bisutería como tal nace en los años veinte como hermana pequeña de la joyería.

Actualmente, los nuevos métodos de tratamientos de las gemas y materiales no preciosos han propiciado a que el comercio de las joyas haya aumentado espectacularmente, ya que son muchos los materiales y los usos que se le da a la bisutería, su condición mutable le permite abrirse a nuevas formas, colores y materiales.

Además permite que personas de cualquier estatus social puedan tener acceso a las joyas. Esta herencia ha sido apropiada por países latinoamericanos y se han utilizado nuevos materiales como los orgánicos, las semillas y los materiales rústicos. Bajando el costo de decoraciones y

haciendo que diversas culturas utilicen estas mismas técnicas y que las artesanías, los tejidos y la bisutería sea una de las más importantes fuentes de ingreso en países sub desarrollados y de sumo atractivo para los otros países.

2. Definición.

La idea surge de ver que los accesorios juegan un papel muy importante dentro del vestir diario, se afirma que se han convertido en un requisito obligatorio para llevar en las prendas. Por lo tanto se denomina bisutería (del francés bijouterie) “a la industria que produce objetos o materiales de adorno que imitan a la joyería pero que están hechos de materiales no preciosos.”

Los fabricantes de esta actividad que con diferentes técnicas y materiales crean piezas de mucho valor artístico, se adaptan fácilmente a los dictados de la moda.

De tal manera la bisutería son objetos que se pueden usar en la ropa, sobre el cuerpo, o incluso en el cuerpo, que principalmente cumplen una función estética o comunicativa, que surgieron como un intento de imitar a la joyería²⁴.

3. Funciones o finalidad de la bisutería.²⁵

La bisutería además de su función decorativa, sirve para otras funciones o intenciones, las cuales son variables con el tiempo, la cultura o creencias de la persona y la misma bisutería puede "responder" a varias funciones. Sin embargo es posible distinguir algunas de sus funciones específicas como son:

²⁴Diccionario de la Real Academia Española, Vigésima Segunda Edición

²⁵<http://tubisuteria.com.ve/funciones-de-la-bisuteria> (09-07-2012, 9:00am)

a. Función Social:

La bisutería será significativa de un estatus específico portador social, por ejemplo, la bisutería de corazón partido que significa que el portador esta en pareja, o los dijes de nenas y nenes que significa que tiene hijos, etc.

b. Función de Identidad:

Esta característica puede permitir la identificación del portador del objeto ya sea por un grupo determinado, o por una población más grande, es decir como un signo del usuario a un grupo específico (ya sea religioso, profesional, político, étnico, sexual o de otro tipo). Ejemplos de ello pueden ser: Los dijes en forma de pescado (identifican a los cristianos), el rosario que identifican la fe católica.

c. Función de Utilidad:

La bisutería juega un papel específico en la vida diaria del usuario. En esta función se pueden agrupar objetos como los cintillos, los prendedores, sujetadores para el pelo, llaveros, etc.

d. Función Sentimental:

La bisutería se convierte en un vehículo de la memoria, acerca de una persona, cosa, un lugar, de particular importancia en la vida del portador. Ejemplos de ello pueden ser: Obsequio de una persona especial, los dijes de corazón partido, el vocabulario emocional a través de las iniciales, un dije que contiene una fotografía, etc.

4. Materiales.

La bisutería suele usar materiales muy diversos, desde semillas naturales, nácar, murrina, cuentas o abalorios, cristales, cobre, acrílico, acero, acerina, tela, hasta madera o corales, pasta flexible (o fimo), pasando por la pasta de papel (o papel mache).

Otros materiales que son utilizados para la creación de bisutería como complementos son las plumas, las conchas o caracoles de las playas, piedras de río, lentejuelas, etc.

A continuación se describen algunos de los materiales más utilizados clasificados según la finalidad:

a. Hilos, Cordones, Cadenas.

A continuación se enlistaran los hilos más comunes utilizados para el diseño de muchos productos.

- **Nylon:** Existe una gama muy colorida de nylon, este es flexible y resistente y es lo bastante rígido para ensartar los abalorios directamente en él sin necesidad de utilizar aguja, vienen en diferente grosor según la necesidad.
- **Hilos elásticos de goma y silicona:** El de goma permite eliminar el cierre ya que por ser elásticos basta con realizar un doble nudo fuertemente y cortar el sobrante. El de silicona es elástico y muy difícil de anudar, se utiliza para obtener objetos con acabado elástico, también sin cierre.
- **Cordones:** Es resistente y fácil de ensartar los abalorios en él, se puede realizar nudos fácilmente como alternativa de cierre.
- **Cadenas:** Estas son de diferentes tamaños, grosor y color, se utiliza en collares, pulseras, aretes, etc., puede dejarse visible por lo que da delicadeza a la pieza.

b. Metálicos.

- **Cable:** Se trata de dos hilos de acero enrollados y recubierto de nylon. También se denomina cable retorcido. Es muy estético al punto que se puede dejar visible, flexible y extremadamente resistente, pero se quedan las marcas si lo doblamos.
- **Hilo de Cobre:** Estos hilos metálicos son flexibles y se utilizan para obtener acabados rígidos por lo que son ideales para realizar figuras, anillos y colgantes.

Para anudarlos se utilizan alicates para darles forma y para terminar los trabajos dándoles vuelta en espiral.

- **Alambre:** Se utiliza para hacer bastones colgantes y accesorios metálicos para pendientes u otros diseños se puede utilizar alambre más grueso.

c. Broches, grapas o cuentas de sujeción.

- **Cierres:** Los cierres se componen de dos piezas que se enganchan. Los más comunes son los formados por una arandela y un mosquetón. También hay de rosca y de imanes.
- **Terminales:** Existen unos terminales con forma de capuchón o semitubo que se utilizan para rematar los cordones (cuero, hilos, cola de ratón, etc.). estas piezas decorativas que son añadidas al final de los cuelgues de un diseño.
- **Tapanudos:** Son piezas pequeñas de metal con forma de cajita esférica abierta. Sirven para rematar ocultando los nudos dentro para obtener un acabado más limpio; al cerrarlos simulan ser bolitas de metal.
- **Pines:** Son piezas muy delicadas las cuales simulan alfileres, dependiendo de su forma se clasifican en pines de tope, pines de seguimiento y pines de cabeza, los cuales son comúnmente utilizados para la elaboración de anillo y aretes.

d. Tipos de Piedras.

Generalmente, empleamos la palabra abalorios para referirnos no solo a cuentas si no a todo tipo de material empleado para realizar bisutería.

- **Cuentas y abalorios:** Los abalorios son cuentas agujereadas con las cuales, ensartándolas, se hacen adornos. Existen multitud de abalorios de diferentes tamaños formas (redondas, tubulares, facetados), colores, acabados (brillantes, mates, metalizados, transparentes, opacos, lisos) y materiales (cristal, plástico, metal, cerámica, madera). Los más comunes son:

- **Mostacilla o rocalla:** Pueden ser de distintas formas como lo son donut, tubo o espiral. Es un tipo de bolita de “pequeñas dimensiones” que puede ser de diferentes materiales (plástico, cristal, material sintético) se encuentran de múltiples colores.
- **Canutillos:** Con este tipo de abalorios hay que tener cuidado al meter la aguja por ellos ya que al tirar, si quedan un poco justos a su paso, pueden partirse con facilidad.
- **Tupies y facetadas:** Estas cuentas las encontramos de plástico (acrílico) o de cristal. Las de plástico son imitaciones más baratas en forma de romboides, el brillo del cristal luce en gran medida en las creaciones.
- **Resinas, cauchos, acrílico y siliconas:** Pueden adoptar distintas formas, tamaños, resistencias y efectos ópticos.
- **Las lentejuelas de madera y el marfil:** Suelen llevarse más en primavera y verano, así como las resinas con motivos étnicos.
- **Piedra Quebrada:** Pueden ser de diversos colores, utilizadas para la elaboración de anillos, collares, pulseras, etc.
- **Perlas sintéticas:** Son perlas de imitación fabricadas artificialmente con vidrio, plástico o materiales orgánicos, de diversos colores y tamaños. En la elaboración de bisutería comúnmente son utilizadas las de plástico.

Aparte de los abalorios y otros tipos de piedras que se han mencionado existen infinidad de cuentas de muchos tamaños, materiales, estilos y formas. Sus precios varían mucho en función del tamaño, el material y la calidad.

5. Herramientas básicas.

Para la elaboración de la bisutería no se necesitan herramientas tan complejas o difíciles de manipular, a continuación se detallan las más utilizadas:

a. Alicates:

- **Alicate punta redonda:** Esta herramienta tiene el extremo redondeado y sin relieves, debido a la terminación circular, idónea para realizar anillos del mismo tamaño y filigranas con hilos metálicos.



- **Alicate de corte:** Posee la superficie de trabajo de forma plana y sin relieves lo que asegura una correcta sujeción sin dejar marcas en el metal que estamos trabajando



- **Alicate punta plana:** Tiene la superficie de trabajo afilada para la realizar el corte de elementos metálicos.



b. Otras.

- Toallas.
- Caja Organizadora.
- Tijeras.
- Agujas.
- Pegamento.
- Pinzas.
- Mechero.
- Telar para realizar tejidos con cuentas (abalorios) en diferentes tamaños y diseños.
- Bases metálicas o de plástico, para la manipulación de metales y creación de diseños de estos.

Para la elaboración de bisutería se eligen las herramientas según el tipo de artículo elaborado y materiales utilizados, se puede agregar a los mencionados más herramientas dependiendo la necesidad al momento de realizar el producto.

6. Proceso básico para la elaboración de bisutería.

Como cualquier otro producto la bisutería lleva un proceso para su elaboración, la diferencia consiste en que cada pulsera, anillo, collar, etc. lleva un número determinado de diferentes materiales, sin embargo el proceso básico consiste en:

- a. Tener a la mano los materiales a utilizar ya sean perlas, cristales, mostacilla, madera, broches, grapas, argollas, alambre, elástico, hilo de nylon, entre otros.
- b. Tener a la mano las herramientas como: Alicates punta de cono, Alicates de aplastar, Alicates de corte, tijeras.
- c. Cortar el alambre acerado o el hilo de nylon que se va a utilizar.
- d. Doblar un extremo y colocar una grapa.
- e. Empezar a colocar los materiales en el alambre o el nylon.
- f. Doblar el otro extremo y colocar una grapa.
- g. Colocar en los extremos una argolla.
- h. Finalmente colocar el broche.

E. PLAN DE NEGOCIOS.

El plan de negocios constituye el centro de esta investigación, ya que con la elaboración de dicho documento no solo se ayudará a las y los jóvenes que elaboran bisutería sino que también a PLAN INTERNACIONAL en programas que vayan enfocados a promover otro tipo de emprendimientos.

El hecho de contar con un Plan de Negocios no asegura el éxito de una empresa o negocio, ni tampoco el no contar con uno no condena al fracaso, simplemente hace el camino más fácil, y más certero, ya que ayuda a anticipar todos los aspectos claves que se van a encontrar en el camino permitiendo desarrollar una estrategia anticipada de cómo enfrentarlos y superarlos para alcanzar de manera más eficiente los objetivos.

1. Definición.

Antes de definir que es un Plan de Negocios es necesario conocer en qué consiste el termino plan y negocio de forma separada, según la Enciclopedia del Administrador Plan es "El conjunto coordinado de metas, directrices, acciones y disposiciones que, relacionadas con las estrategias y tácticas requeridas para el desarrollo de un determinado modelo económico-social, instrumenta un proceso para alcanzar objetivos predeterminados. Es un proceso dinámico que requiere de la interacción entre los sectores considerados en él, así como de la coherencia y coordinación interinstitucional"²⁶

Otra manera de definir Plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla.²⁷

Es decir que es una forma de anticipar el futuro, un detalle por escrito de todas las acciones necesarias para desarrollar un objetivo común, al realizar esta acción un empresario, empleado o emprendedor anticipa el entorno al cual se enfrentará su empresa o negocio y que decisiones requiere tomar hoy.

Por consiguiente el concepto negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas. Considerando lo anterior se definirá que es un Plan de Negocios.

²⁶Bittel R. Lester y Ramsey E. Jackson. Enciclopedia del Administrador. Editorial océano 1998

²⁷<http://definicion.de/plan/> (16/10/2012 ,08:19 pm)

Un plan de negocios correctamente elaborado, claro y conciso es la mejor tarjeta de presentación de cualquier negocio, por lo tanto se presentan a continuación definiciones sobre Plan de Negocios.

Según María del Mar Cabrerizo D. y José Antonio Naveros A. define el plan de negocios como “El documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica”²⁸

Otra definición según Antonio Bollero “Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro”.²⁹

El equipo investigador define al Plan de Negocios como el instrumento que esquematiza de forma organizada las ideas de negocio que se presentan, ya sea que para la creación de un negocio o para la realización de mejoras al ya existente, reflejando así todas las áreas comprendidas, haciendo un análisis completo de todos los aspectos y elementos involucrados en el emprendimiento, así como a prever necesidades de recursos, para poder evaluar permanentemente la marcha del negocio o proyecto que se pretende ejecutar”.³⁰

Algunos autores, también señalan que un "Plan de Negocios" (Business Plan, en inglés) debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia, y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado

²⁸ Cabrerizo Dumont, María del Mar y Naveros Arrabal, José Antonio, Plan de Negocios: Dirección y Gestión de Empresas. Editorial Vértice 2009

²⁹ Bollero, Antonio. Plan de Negocio: Guía de gestión de la pequeña empresa. Madrid, España; ediciones Díaz de Santos S.A. 1994

³⁰ Equipo de investigación.

con un producto y/o servicio, una estrategia, y un tipo de organización. Proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel de atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente.

2. Ventajas del Plan de Negocios³¹.

Tabla 3: VENTAJAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.

VENTAJA	DESCRIPCIÓN
1. Suministra una guía clara de las acciones a seguir.	Un plan de negocios le aporta a la empresa una guía clara, porque establece: <ul style="list-style-type: none"> ● Un posicionamiento específico. ● Objetivos precisos. ● Metas cuantificadas. ● Programas de acción bien definidos.
2. Suministra un valioso instrumento de comunicación interna y externa.	El plan de negocios es un instrumento de comunicación interna ya que si todos los colaboradores de una pequeña empresa están comprometidos con los objetivos es fácil alcanzarlos. Y es un instrumento de comunicación externa debido a que un negocio por pequeño que sea, no está aislado del mundo exterior, hay otros sectores, personas, organizaciones, con las que el dueño en un momento u otro debe tener contacto; el hecho de disponer de un plan de negocios no sólo facilitará el diálogo, si no que permitirá al dueño del negocio lograr eficazmente los propósitos que se establezcan.
3. Constituye un útil y eficaz método para el autodesarrollo como empresario.	La elaboración de un plan de negocios implica que se analicen a fondo todas las áreas clave de la empresa: Mercado, ventas, capacidad de producción, gastos y costos, rentabilidad, entre otras. Este análisis le proporciona una verdadera radiografía detallada del negocio, permitiéndole un mejor conocimiento de cada una de sus partes, así como un mejor control sobre cada una de ellas, ya que no se puede controlar eficazmente lo que no se conoce a fondo.
4. Ayuda a crear una mentalidad interna orientada a la rentabilidad.	Cuando se elabora un plan de negocios en términos de objetivos, planes de acción, eficacia y eficiencia, el resultado final son altos niveles de rentabilidad.
5. Constituye un eficaz instrumento de control.	Si no se dispone de objetivos, es imposible establecer controles eficaces; el fin que se persigue es constituir un instrumento o herramienta de inestimable ayuda para, una vez puesto en marcha el negocio, valorar la marcha del mismo y detectar posibles desviaciones respecto a las previsiones planificadas inicialmente.

FUENTE: Elaborado por el equipo investigador.

³¹Borello, Antonio. El Plan de Negocios. Ediciones Díaz de Santos, Madrid España 1994

3. Importancia.

Las decisiones de negocios deben siempre tomarse en base a la fortaleza de la idea de negocio, pero es más fácil tomar una decisión si la idea se trasmite de manera clara y concisa mediante un plan de negocios bien redactado, ya que ofrece la posibilidad de visualizar con mayor claridad la propuesta de negocio y desde una perspectiva tal, facilitar una mejor y adecuada toma de decisiones.

La importancia del plan de negocios radica en su magnitud y alcances, su estructura permite cubrir prácticamente todas las áreas del negocio o empresa, facilitando y eficientando con esto el proceso de planeación.

Es decir que al contar con esta herramienta asegura a los usuarios las grandes posibilidades de éxito a través del tiempo, ya que analiza el producto o servicio, el mercado, y la rentabilidad, logrando de esta forma operar y administrar el negocio.

Por lo tanto el plan de negocios permite abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro, para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio.

Elaborar adecuadamente un Plan de Negocios, permite a los usuarios conocer y entender adecuadamente las reglas del mercado, al realizar un análisis a conciencia de la industria donde competirá su empresa. Su elaboración servirá para criticar y clarificar sus propias ideas.

4. Utilidad del Plan de Negocios.

Una utilidad real del plan de negocios es que, en el acto de preparación el empresario debe desarrollar su idea de negocio en el papel y pensar en cómo echar a andar la empresa antes de invertirle tiempo y dinero.³²

El principal y más importante beneficio del plan de negocios es el de mostrar el escenario más propicio para desarrollar una acción³³

Por lo tanto la utilidad del plan de negocios es doble debido a que:³⁴

- **Internamente:** Obliga a los promotores del proyecto a iniciar su negocio, con mínimos de coherencia, eficacia, rigor y posibilidades de éxito, estudiando todos los proyectos de viabilidad del mismo. Además sirve de base para relacionar al equipo promotor del proyecto, permitiendo definir claramente los cargos, las responsabilidades y verificar que están de acuerdo con los objetivos y la estrategia a seguir.
- **Externamente:** Es una excelente carta de presentación del proyecto a terceros, que puede servir para solicitar recursos financieros, buscar nuevos socios, contactar con proveedores, entre otros.

5. Objetivos que persigue un Plan de Negocios.

Antes de comenzar la redacción de un plan de negocios es necesario entender los objetivos que lleva a preparar.

- a. Dejar constancia documental por escrito que constituya una garantía para los posibles socios, entidades o instituciones que cooperen en la puesta en marcha del negocio o empresa.

³²Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J. Negocios, séptima edición, PEARSON EDUCACION, Mexico.2005

³³Bonocore García, Ricardo R. Como hacer un Plan de Negocios.

³⁴ Muñiz, Luis. Guía práctica para mejorar un plan de negocio: como diseñarlo, implantarlo y evaluarlo, editorial PROFIT, Barcelona 2010

- b. Comunicar las capacidades, competencias y habilidades del emprendedor o equipo de emprendedores involucrado en la promoción de la idea de negocio.
- c. Comprender con mayor precisión el propio negocio, su mercado y la competencia.
- d. Facilitar el establecimiento de alianzas estratégicas con posibles socios.
- e. Propiciar la obtención de recursos o líneas de financiamiento.
- f. Servir de instrumento de análisis a los propios emprendedores que promueven la iniciativa.
- g. Convertir la idea del negocio en una realidad.

6. Los usuarios del Plan de Negocios.

No existen dos negocios idénticos y no hay tampoco dos lectores que estén buscando exactamente la misma información en un plan de negocios. Por consiguiente un plan tiene dos puntos principales.³⁵

a. Uso interno.

Presenta una declaración de metas y estrategias para su uso, los principales usuarios internos pueden ser:

- **Jóvenes emprendedores:** Estas son las personas que están elaborando la bisutería en el municipio de La Reina en el departamento de Chalatenango, los cuales son apoyados por PLAN.
- **Empleados.**

b. Uso Externo.

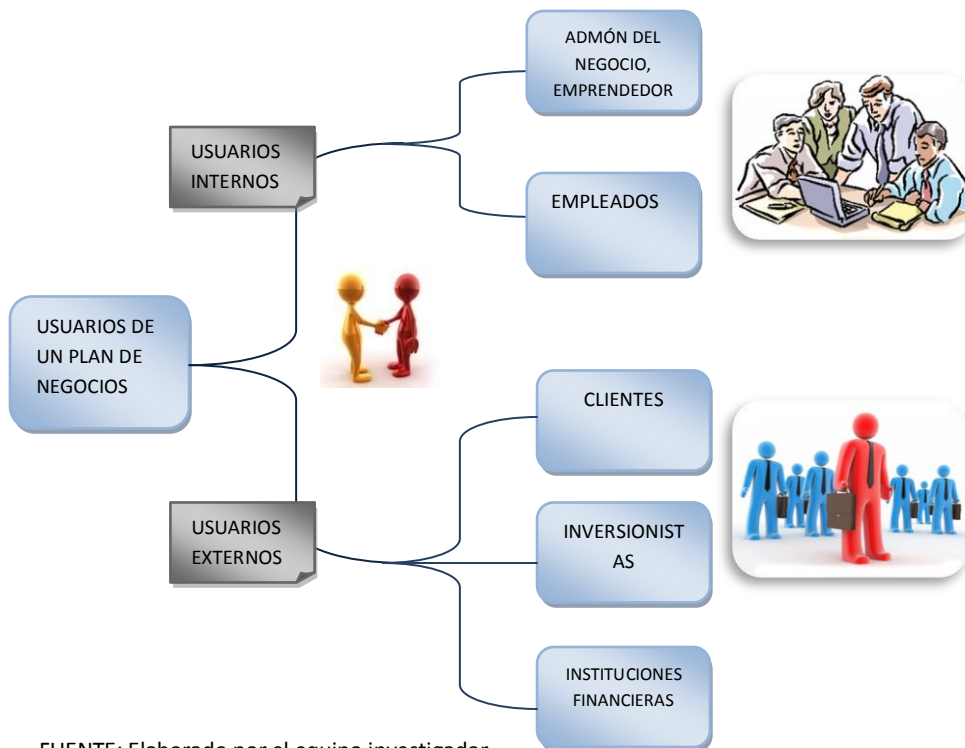
Para el caso de estudio que el proyecto es un emprendimiento propio, entonces la audiencia está compuesta por:

³⁵Orantes García José Rigoberto y Pérez López Johny Arquímedes. Propuesta de un plan de negocios en la asociación cooperativa de aprovisionamiento y producción agropecuaria el jícaro de R.L. para la transformación y comercialización de pez de tilapia y camarón de agua dulce; Tesis UES-2006

- **Entidades de Crédito, otras fuentes de financiamiento y cooperantes:** Estas consideran los riesgos del préstamo, los retornos, las garantías y el flujo de efectivo, los inversionistas, por su parte, consideran los puntos de equilibrio y cuál será el retorno de la inversión, estos están más interesados en el potencial de largo plazo.
- **Desarrolladores del programa:** Dentro de este grupo encontramos a las personas que la ONG tiene destinados para el desarrollo de los programas.

En todos los casos una audiencia en general estará considerando el valor del negocio de acuerdo no solo con los aspectos financieros, sino que también con la solidez del plan como un todo; es decir, la oportunidad en el mercado, el producto o servicio diferenciado que se ofrezca, las personas involucradas, el panorama competitivo.

Ilustración 2: USUARIOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS.



FUENTE: Elaborado por el equipo investigador.

7. Formatos de Plan de Negocios.

El estilo, la extensión y el contenido del plan de negocios dependen de las actividades que se realicen en el negocio, los recursos fundamentales para la nueva iniciativa emprendedora y también del público a quien está dirigido. Un plan de negocios deberá ser lo más corto posible mientras satisfaga las necesidades de aquellos que lo leerán.

Se presentan a continuación formatos de Planes de Negocios según CONAMYPE y el formato del libro Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor. Para la investigación, se consultaron los formatos de las instituciones antes mencionados, ya que, cada uno de ellos se enfoca hacia diferentes ámbitos; por lo que, el análisis de estos es con el fin de utilizarlo como guía.

a. Formato de Plan de Negocios según CONAMYPE³⁶

El formato de negocio propuesto por CONAMYPE³⁷, es una de las herramientas por medio del cual dicha institución ayuda a la micro y pequeña empresa, ya que, está comprometida con el desarrollo de las MIPYME (micro, pequeña y mediana empresa); en muchos casos, el emprendedor no tiene una idea clara del negocio y no se cuenta con una estructura administrativa que permita el crecimiento de las empresas y/o la búsqueda efectiva de financiamiento.

Por ello, la utilización de un plan de negocio para la búsqueda y conquista de éstos, es uno de los principales objetivos que dicha institución tiene. Este plan de negocio, está integrado de 10 elementos los cuales son: Resumen ejecutivo, Descripción de la Empresa, Concepto del negocio, Misión de la empresa, Mercado objetivo, Investigación de mercado, Estudio Técnico, Recursos necesarios, Recursos Financieros, Presupuesto de Ingreso y Gastos y Factibilidad de la Empresa.

³⁶http://www.conamype.gob.sv/capacitacion/plan_de_negocios.html (23-07-2012, 8:30am)

³⁷ Ver anexo 4

La aplicación de este plan de negocios por CONAMYPE, se debe a que muchas veces, las personas que se avocan a dicha institución no tienen conocimientos administrativos, financieros y de mercadeo; por lo que se necesita de un formato de fácil entendimiento y aplicación.

Cabe destacar, que el formato propuesto por CONAMYPE no considera el área legal para la formación de una empresa.

Tabla 4: DESCRIPCIÓN DEL FORMATO PLAN DE NEGOCIOS SEGÚN CONAMYPE

CONTENIDO.	DESCRIPCIÓN.
1. Resumen Ejecutivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Es donde se describe el conjunto de ideas y planes, es decir que resume todas las partes que integran un plan de negocios. • Este debe ser claro, conciso y atractivo. • Su redacción debe ser de forma atractiva para el usuario detallando el producto, mercado y tecnología. • Debe realizarse al final de la elaboración del plan, aun cuando aparece al principio del documento.
2. Descripción de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de la empresa. • Historia. • Situación Legal. • Propietarios. • Ubicación. • Estado de desarrollo. • Situación económica o financiera. • Productos y servicios. • Patentes y licencias.
3. Concepto del negocio.	<p>Definir claramente el concepto permite a la empresa tomar conocimiento de sus fortalezas más importantes, como su experiencia, tecnología, los recursos que dispone y como estos pueden ser usados de una mejor manera.</p>

4. Misión de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • La misión es la razón de ser de la empresa, el servicio que presta. • Expresa que es lo que se pretende lograr.
5. Mercado objetivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe tener una idea clara sobre el producto o servicio a producir o vender. • Para establecer un plan de negocios sobre una base real se debe realizar una investigación que nos permita saber si la clientela seleccionada tendrá una atención real de consumidor hacia el bien o servicio.
6. Investigación de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Qué producto o servicio es demandado por el mercado. • Qué cantidad de producto o servicio es consumido por la clientela seleccionada. • Quienes serán su competencia. •Cuál es el precio actual del producto o productos sustitutos.
7. Estudio técnico.	<ul style="list-style-type: none"> • Con la idea clara sobre las posibilidades reales de venta del producto o servicio, con el conocimiento que procede a determinar las necesidades físicas para la puesta en marcha de la producción y venta (definir los recursos necesarios, humanos, tecnológicos, materiales, equipo, legales, entre otros) y los procesos que se requieren para hacer realidad dicha producción y venta.
8. Recursos necesarios.	<p>Para la definición de recursos se necesita contar con las especificaciones del producto o servicios, así como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción técnica del producto. • Proceso productivo. • Mano de obra necesaria. • Maquinaria y equipo. • Transporte. • Costo del producto. • Instalaciones.
9. Estudio financiero.	<p>Detalla los niveles de inversión requeridos para la realización del proyecto de la empresa.</p> <p>Inversiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión de bienes tangibles: Son aquellas inversiones en activos fijos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en bienes intangibles: Se deberá conocer los costos necesarios para iniciar el negocio como: Pago de licencias, constitución de la empresa, marcas, diseños comerciales, capacitación del personal, pago de algún tipo de estudio. • Inversión en capital de trabajo: Contempla todos costos de materiales, empaques, inventario de materias primas, productos en proceso, productos terminados, ventas al crédito, inventario de repuesto y herramientas de mantenimiento, pago de salarios durante el periodo de inicio de operaciones.
<p>10. Presupuesto de ingresos y gastos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto de ingresos y gastos nos ayuda a demostrar que el proyecto emprendedor será rentable y que podrá realizarse de acuerdo con los recursos financieros programados. • Los instrumentos financieros utilizados para demostrar que el proyecto emprendedor y la situación financiera proyectada son: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Presupuesto de ingresos. ✓ Presupuesto de gastos. ✓ Inversiones. ✓ Flujo de caja. ✓ Estados de pérdidas y ganancias. ✓ Balances. ✓ Estado de fuentes y usos.

FUENTE: Elaborado por el equipo investigador.

b. Formato de plan de negocio del libro “administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor.”³⁸

La estructura de Plan de Negocio que se plantea a continuación³⁹ se basa desde un punto de vista del emprendimiento de un nuevo negocio, plasmando así la idea en un documento, que se divide en 10 partes, las cuales se mencionan a continuación: Portada, Contenido, Resumen

³⁸ Longenecker, Moore & Petty, Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor”. editorial Thomson, 13 edición. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/morales_o_j/capitulo2.pdf (24-07-2012, 7:12am)

³⁹ Ver Anexo 5

ejecutivo, Declaración de la misión y visión, panorama general de la empresa, Plan de productos o servicios, Plan de Marketing, Plan de Administración, Plan de Operaciones y Plan financiero.

El formato mencionado, no considera la parte legal de la formación de los negocios, esto dado que la aplicación de la misma varía de acuerdo al lugar/país en el que se ponga en marcha el negocio.

Tabla 5: DESCRIPCIÓN DEL FORMATO DE PLAN DE NEGOCIOS DEL LIBRO ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS: ENFOQUE EMPRENDEDOR.

CONTENIDO.	DESCRIPCIÓN.
1. PORTADA.	Se encuentran los elementos de portada que los conforman los datos generales de la empresa, el logotipo del negocio, los datos de los socios y ejecutivos, y la fecha de emisión.
2. TABLA DE CONTENIDO.	En este espacio, se encuentra todas las partes del plan de negocio, junto a la página a la cual en la que se encontrarán dichas secciones.
3. RESUMEN EJECUTIVO.	Esta sección consta de una o dos páginas, que describen y explican el curso del plan. Sirve como un punto clave dentro del plan de negocio, permite brindar las generalidades del mismo y dar toda la información en forma amplia, para llamar la atención, ya sea de un inversionista, como cualquier persona interesada en el mismo.
4. MISION Y VISION.	La misión de una empresa, es la filosofía de la empresa en forma escrita de una manera clara y concisa. La visión, brinda los parámetros generales a lo que se pretende que sea la zona de acción de la empresa.
5. PANORAMA GENERAL DE LA EMPRESA.	El panorama de la empresa, cuenta con la historia de la misma, el tipo de negocio que constituye, los objetivos que la rigen, éstos relacionados con la esencia del negocio, los valores que rigen la organización, dónde se encuentra ubicada y, al mercado al cual se dirige, es decir si es local o internacional. En dicha parte del plan de negocios, se coloca la naturaleza y la actividad básica de la empresa; en qué etapa de desarrollo se encuentra, cuál es el producto o bien

	principal y los clientes a los cuales sirve. Además, de lo antes mencionado, se encuentran las proyecciones de la industria, el estado actual del mismo, cuál es la competencia distintiva de la empresa y la forma cómo se organiza, el cual se puede desarrollar y observar en el análisis de las Cinco Fuerzas de la Industria, propuesto por Porter.
6. PLAN DE PRODUCTO O SERVICIO.	Identifica cualquier particularidad innovadora, además detalla los productos y/o servicios que la empresa producirá, resaltando sus características más importantes, y si estos son físicos, nuevos o exclusivos; la explicación de ellos debe colocarse en este plan, además de las fotografías de los prototipos. Aunque sea un producto parecido a uno existente en el mercado, cada característica que sea diferente y particular, debe ser expuesta en esta sección.
7. PLAN DE MARKETING.	En el plan de mercadotecnia, se presentan los beneficios que los productos darán a los usuarios, y al mercado existente al cual va dirigido; además de la identificación de éstos, también la cuantificación de los beneficios financieros que los usuarios percibirán, todo ello de acuerdo al producto y/o servicio. Dentro de este plan se presenta la existencia de los clientes dentro del mercado, es decir, se muestra la estimación real de la demanda de una forma sólida y detallada; la cual puede ser basada en supuestos desde un punto analítico, y con indicadores para los inversionistas de un proyecto.
8. PLAN DE ADMINISTRACIÓN.	En él se encuentra la estructura organizacional de la empresa, el manual de puestos, el perfil de los mismos, así como las capacitaciones necesarias para cada uno de los puestos.
9. PLAN DE OPERACIONES.	El plan operacional, es la forma en la cual se creará un producto y los requerimientos necesarios para la elaboración del mismo, también se toman en cuenta las áreas claves del negocio, así como los procesos productivos.
10. PLAN FINANCIERO.	Describe como el plan de negocio se vuelve una oportunidad de inversión, dentro de él se encuentran diferentes proyecciones como indicadores financieros para tener una vista más objetiva del plan propuesto, y el funcionamiento anticipado de la compañía. Además refleja la rentabilidad, requerimientos financieros, posibles activos, estados contables, proyecciones financieras, balance general y flujos de efectivos.

FUENTE: Elaborado por el equipo investigador.

El plan para cada proyecto es exclusivo y no hay formato o fórmula que pueda garantizar el éxito, sin embargo, hay directrices generales que se pueden seguir. Los formatos presentados anteriormente permiten una clara visión de los aspectos generales que no pueden faltar a la hora de redactar un Plan de Negocios.

Por lo tanto debido al interés que muestran los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería y más aquellos que aún no están clasificados como empresas; pero que funcionan como negocio, se hizo necesaria la exposición de un instrumento que pueda guiar sus pasos hacia una colocación exitosa de sus productos con la ayuda de las bases teóricas que sustentan la investigación que a su vez contribuirá al desarrollo del estudio.

Es importante ahora, seguir una metodología de investigación que permita llevar a cabo el diagnóstico de la situación actual de las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería, que incluya los métodos y técnicas que posibiliten la recopilación de datos y a su vez brinde objetividad a la información.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA EN EL MUNICIPIO DE LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

El desarrollo del presente capítulo proporciona una descripción de los métodos y técnicas utilizadas en la investigación a realizarse, con jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, quienes están siendo apoyados por la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL, específicamente por la Unidad de Programas de Chalatenango.

A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Objetivos General.

Realizar una investigación de campo que permita la elaboración del diagnóstico de la situación de las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería del municipio de La Reina, con la finalidad de proporcionarles un plan de negocios que les ayude a posicionarse en el mercado y a la comercialización de los productos de bisutería.

2. Objetivos Específicos.

- a.** Identificar las condiciones por las cuales algunos jóvenes no han puesto en marcha la iniciativa de negocio a pesar del conocimiento para la elaboración de productos de bisutería.
- b.** Determinar el conocimiento que los jóvenes emprendedores tienen de su mercado en el municipio así como la comercialización de los productos de bisutería.
- c.** Obtener la información necesaria para la elaboración del plan de negocios de tal forma que ayude a fortalecer los emprendimientos de los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango.

B. IMPORTANCIA, ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Importancia.

La investigación realizada se hace necesaria ya que no solo busca fortalecer el programa “Seguridad Económica Familiar (SEF)” si no que de igual forma fortalecer las capacidades y oportunidades económicas de las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina para emprender un negocio. Es por ello que PLAN INTERNACIONAL, solicitó que se realizará un plan de negocios para que los jóvenes en estudio puedan hacer crecer su negocio de manera formalizada, es decir constituyendo una empresa en donde se unan varios jóvenes para ponerla a funcionar. Ya que la Organización no Gubernamental ha identificado el interés que dichos jóvenes han demostrado por los talleres.

Especialmente los jóvenes que elaboran productos de bisutería (collares, pulseras, anillos entre otros) para que puedan administrar su negocio, la penetración en el mercado, asociarse para mejorar la comercialización, así como también tener una marca y nombre que identifique sus productos.

Por lo tanto es de gran ayuda la elaboración de un diagnóstico que refleje la realidad de las y los jóvenes en estudio para diseñar un plan de negocios que permita solventar las dificultades encontradas.

2. Alcances.

La investigación alcanzó aspectos importantes para el desarrollo del plan de negocios de acuerdo a lo que se detalla a continuación:

- a.** Con la investigación realizada se pudo recopilar información valiosa para la elaboración del plan de negocios.
- b.** El diagnóstico obtenido refleja las necesidades que tienen las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería.

- c. Se identificó el canal de distribución utilizado para hacer llegar el producto a los clientes.

3. Limitaciones.

Entre las limitaciones a las que se enfrentó el equipo de trabajo durante el desarrollo de la investigación se enumeran a continuación:

- a. La adaptación del equipo de trabajo de acuerdo al tiempo que puedan proporcionarnos los ejecutores del proyecto.
- b. La asistencia del equipo de trabajo para recibir asesoría en el tiempo disponible del docente director.
- c. La falta de información actualizada acerca de bisutería.
- d. Esperar que los ejecutores del programa coordinen reuniones con los jóvenes emprendedores en el municipio de la Reina.

C. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

La metodología utilizada en esta investigación es el método científico, el cual ha guiado el trabajo de investigación a alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad permitiendo el tratamiento de la información, por medio de un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución del problema.

1. Método de Investigación.

En la investigación se hizo necesaria la utilización de los métodos auxiliares del método científico los cuales son el método de análisis y el método de síntesis, ya que por medio de ellos se recopiló la información y se analizó, por lo tanto se detallan a continuación:

a. Método analítico.

Con la utilización de este método se analizó cada una de las partes que integran al problema en estudio. Es decir que el plan de negocios se dividió en información general del negocio, el mercado, la producción y las finanzas.

Además para el fortalecimiento de los emprendimientos de las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería, se hizo un análisis del apoyo que les ha proporcionado la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL, la importancia de aprender y el empeño por hacer crecer su negocio.

b. Método sintético.

Se utilizó este método para integrar las partes que se dividieron con el método analítico, ya que de esta manera se logran ver como un todo, los diferentes elementos de la problemática con lo cual se llegó a la formulación de conclusiones.

2. Fuentes de Información.

Las fuentes que fueron utilizadas para la recopilación de la información necesaria para el desarrollo de la investigación son las siguientes:

a. Primarias.

Las fuentes primarias en la investigación fueron principalmente las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina y los encargados de la ejecución del proyecto, por medio de las técnicas de investigación las cuales son la encuesta, la entrevista y la observación directa.

b. Secundarias.

Las fuentes secundarias que se utilizaron para enriquecer la información obtenida de las fuentes primarias son las siguientes: Libros, tesis, páginas web, publicaciones y documentos proporcionados por PLAN, en general todo documento impreso y digital referentes al objeto en estudio.

3. Tipo de Investigación.

El tipo de investigación realizada es a nivel explicativo, ya que las y los jóvenes emprendedores no tenían definido su mercado, la falta de organización de sus ideas de negocios, la penetración en el mercado, la comercialización, no conocían la rentabilidad obtenida, entre otros.

Por consiguiente con la elaboración del plan de negocios se solucionarán estas dificultades ya que es una herramienta que también les permitirá buscar financiamiento o nuevos socios.

4. Diseño de la Investigación.

El diseño no experimental hizo posible observar con naturalidad el comportamiento del mercado, la comercialización de los productos, el proceso de producción, que de alguna manera afectan el buen desarrollo del emprendimiento de los jóvenes que elaboran productos de bisutería.

5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron para recopilar información de las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería y de los ejecutores del programa se describen a continuación.

a. Técnicas.

Las técnicas que el equipo de trabajo utilizó para la recolección de la información son las siguientes:

i. Encuesta.

La encuesta se realizó a las y los 25 jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, departamento de Chalatenango, para la recolección de información reciente, la cual permitió llegar a la situación real que están enfrentando dichos jóvenes.

ii. Entrevista.

Con esta técnica se obtuvo información espontánea y abierta de los encargados de la ejecución de la línea de acción programática “Emprendedurismo”, para complementar información que no se haya solventado con la encuesta. Por ello se utilizó la guía de entrevista la cual se elaboró en relación al problema en estudio.

iii. Observación Directa.

Con el apoyo de la observación directa se obtuvo información que sirvió de complemento a las demás técnicas seleccionadas, bajo un formato que constó de un objetivo principal y sus debidos criterios a evaluar. Por lo tanto se observó atentamente el lugar de elaboración y comercialización de los productos de bisutería, así como también a las y los jóvenes elaborando los diferentes productos.

b. Instrumentos.

Los instrumentos que se utilizaron en la investigación son los siguientes.

● Cuestionario⁴⁰.

El cuestionario para la investigación de campo constó de 24 preguntas, dentro de las cuales están: Preguntas abiertas con las que se permitió al encuestado responder con criterio propio,

⁴⁰ Ver Anexo 6

sin embargo en las preguntas cerradas solo se le permitió contestar seleccionando una serie de alternativas facilitando la cuantificación de la misma, las preguntas de evaluación, estuvieron dirigidas a obtener del encuestado una valuación de una serie de aspectos.

● **Guía de Entrevista.**⁴¹

La guía de entrevista se estructuró con una serie de preguntas de manera flexible, con el propósito de obtener información más espontánea y abierta.

Dicho instrumento constó de cuatro apartados, los cuales fueron: Área de datos específicos, Área de instituciones ajenas a PLAN, Datos de logros por parte de los coordinadores, Área de financiamiento; estos apartados permitieron profundizar en el conocimiento que tienen acerca de cada área.

● **Guía de Observación.**⁴²

La guía de observación se formuló con 18 criterios para evaluar aspectos físicos, cada uno de los cuales posee un grado de evaluación que va desde excelente, muy bueno, bueno, malo y no observado, además de un apartado donde se hicieron comentarios de lo observado por parte del observador.

6. Determinación del Universo.

Para esta investigación no fue necesario calcular una muestra ya que el universo se conformó por un total de 25 jóvenes que se dedican a la elaboración de productos de bisutería, es decir que se tomó el universo en su totalidad ya que es la cantidad de personas que recibieron la formación para la elaboración de productos de bisutería, siendo estos los sujetos de los cuales se obtuvo información.

7. Procesamiento de la información.

⁴¹ Ver Anexo 7

⁴² Ver Anexo 8

En este apartado se procesó la información que se obtuvo de las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, se representaran por medio de cuadros tabulares con sus respectivas respuestas; lo que dará lugar a la realización del diagnóstico de la situación actual.

a. Tabulación y análisis de los datos.

La información se obtuvo por medio de encuestas las mismas que se tabulan, detallando cada una de las preguntas con su respectivo objetivo que persigue, cada una de las respuestas obtenidas son representadas por medio de una gráfica circular.

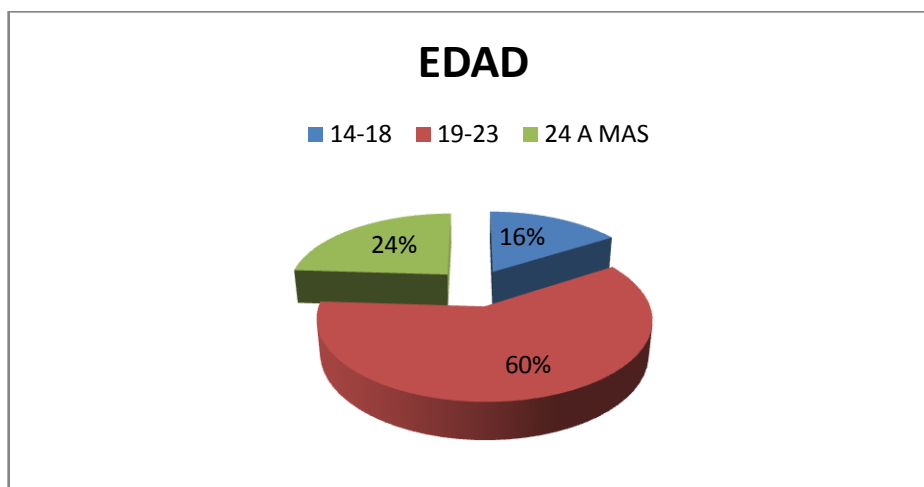
Seguido de la tabulación de datos, se procedió a hacer el análisis de los mismos, mediante las frecuencias que resultan de cada respuesta hace un aporte a la realización del diagnóstico, las conclusiones y recomendaciones de dicha investigación lo cual dará la pauta para la realización de la propuesta.

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS Y LOS JÓVENES EMPRENDEDORES QUE ELABORAN
PRODUCTOS DE BISUTERÍA EN EL MUNICIPIO DE LA REINA DEPARTAMENTO DE
CHALATENANGO.**

1) Edad.

Objetivo: Determinar en qué rango de edad se encuentran las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango.

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14-18.	4	16%
19-23.	15	60%
24 A MÁS.	6	24%
TOTAL.	25	100%



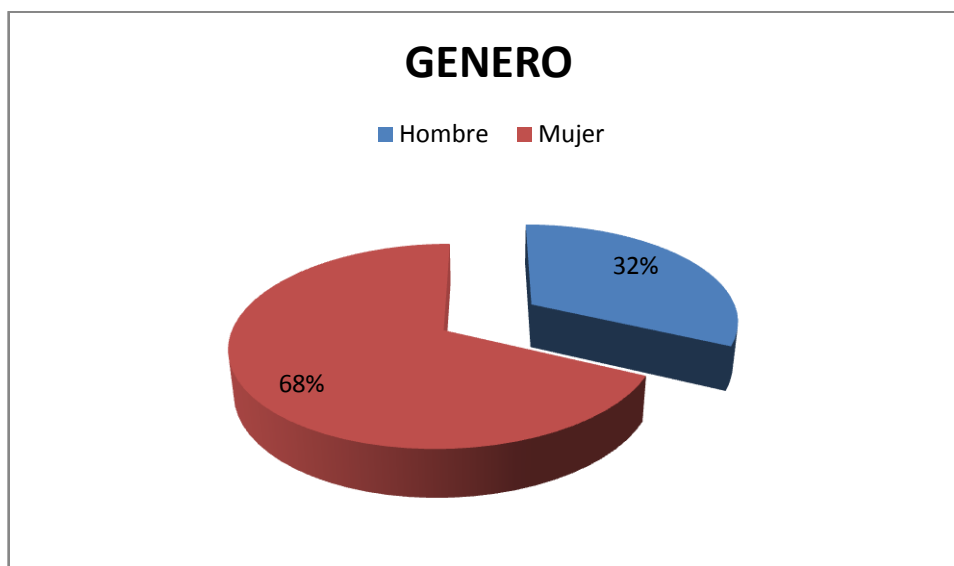
Análisis.

De las y los jóvenes que recibieron el taller de bisutería la mayoría se encuentra en el rango de edad de 19 a 23 años, cumpliendo así la finalidad de PLAN de capacitar a estas personas para proporcionarles la oportunidad de obtener ingresos económicos ya sea para continuar sus estudios o para llevar un aporte a su familia.

2) Género.

Objetivo: Determinar la proporción respecto al género de las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango.

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hombre.	8	32%
Mujer.	17	68%
TOTAL.	25	100%



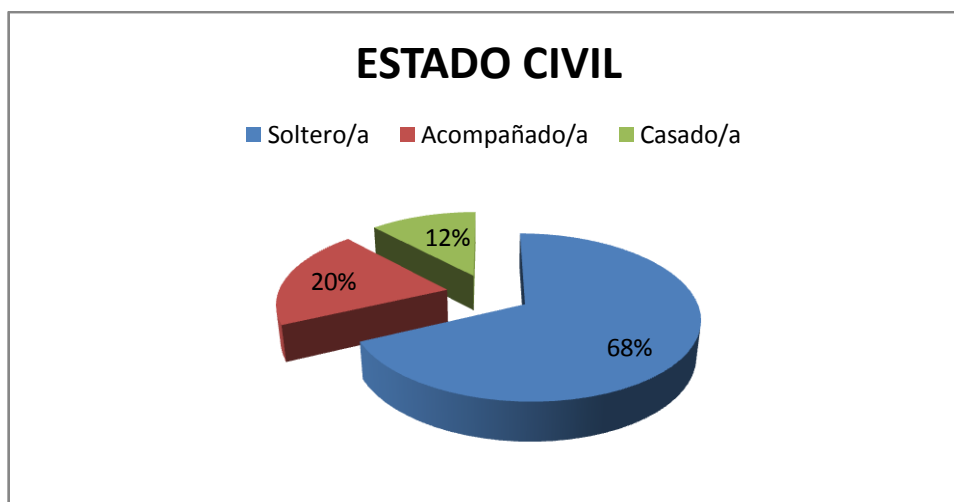
Análisis.

Se observa que hay una mayor proporción de mujeres que recibieron el taller de bisutería, cumpliendo así con el objetivo de la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL de proporcionarles habilidades que les permita a las jóvenes obtener recursos económicos.

3) Estado civil.

Objetivo: Determinar el estado civil de los participantes, conociendo así los compromisos familiares que poseen.

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero/a.	17	68%
Acompañado/a.	5	20%
Casado/a.	3	12%
TOTAL	25	100%



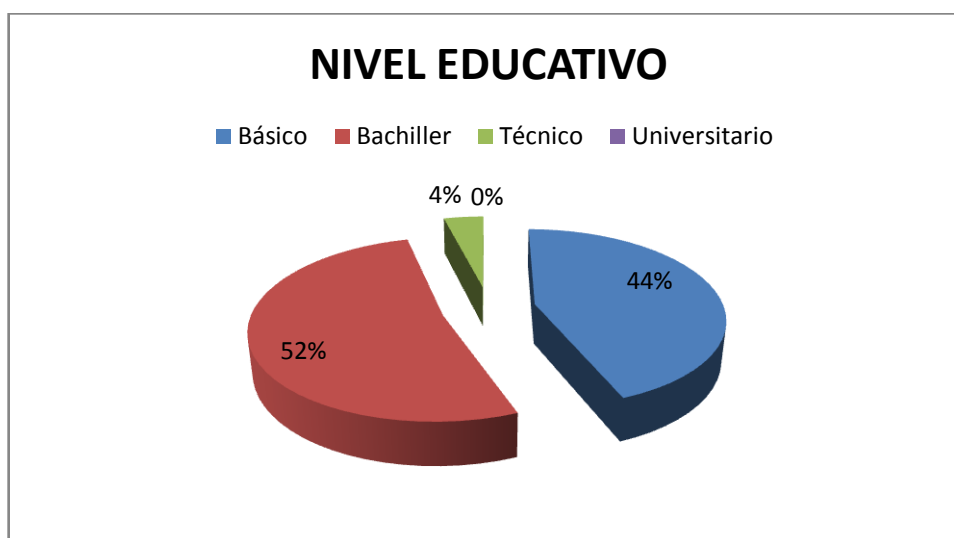
Análisis.

La información obtenida refleja que la mayoría de las y los jóvenes se encuentran solteros lo cual permite la dedicación completa a la elaboración y comercialización de productos de bisutería.

4) Nivel educativo.

Objetivo: Identificar el nivel educativo que tienen las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, conociendo así la noción que tienen con respecto al negocio.

NIVEL EDUCATIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Básico.	11	44%
Bachiller.	13	52%
Técnico.	1	4%
Universitario.	0	0%
TOTAL.	25	100%



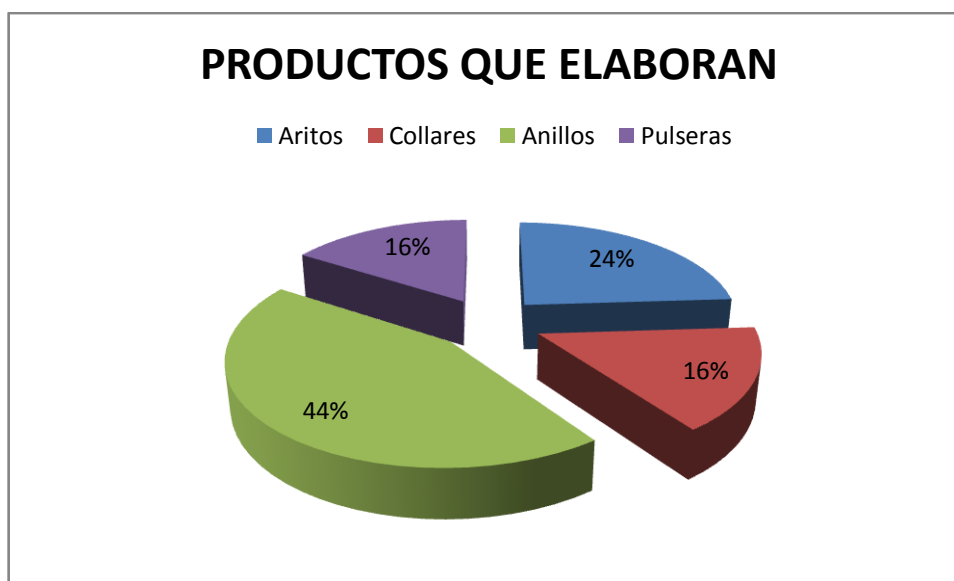
Análisis.

El grupo de jóvenes que participó en este taller está conformado por bachilleres y por personas que solo tiene un nivel educativo básico lo cual indica que poseen poco conocimiento para la puesta en marcha de su negocio. Además es importante la participación de jóvenes bachilleres ya que necesitan percibir ingresos económicos para continuar sus estudios universitarios.

5) ¿Qué tipos de producto elaboran?

Objetivo: Conocer cada uno de los productos que elaboran las y los jóvenes del municipio de La Reina, departamento de Chalatenango.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aritos.	6	24%
Collares.	4	16%
Anillos.	11	44%
Pulseras.	4	16%
TOTAL.	25	100%



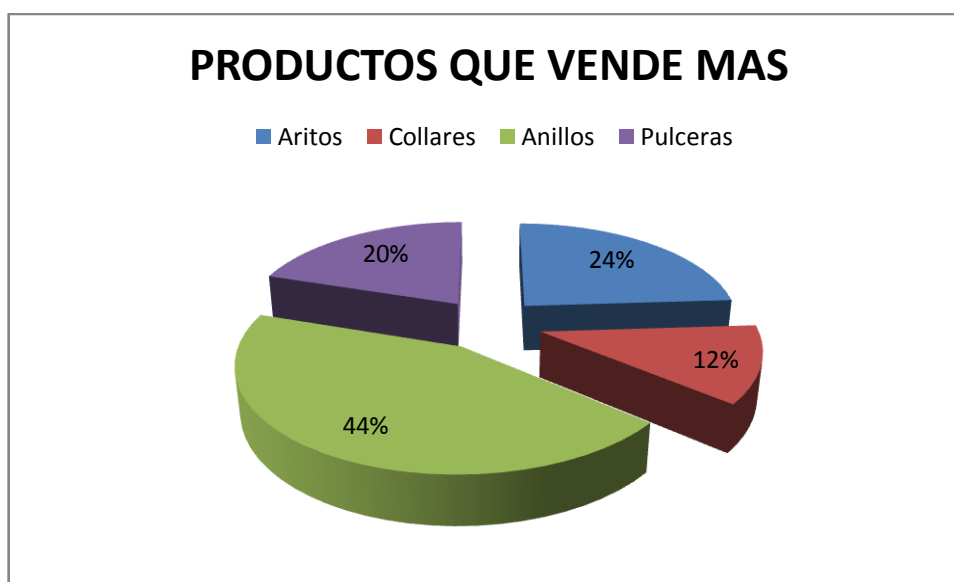
Análisis.

Los productos que las y los jóvenes realizan son: Aritos, collares, anillos y pulseras, sin embargo el que presenta una mayor producción son los anillos por lo tanto se deben capacitar en la combinación de diferentes texturas, colores y formas.

6) ¿Qué productos vende más?

Objetivo: Identificar por medio de la venta de los productos la participación de estos en el mercado.

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aritos.	6	44%
Collares.	3	12%
Anillos.	11	24%
Pulseras.	5	20%
TOTAL.	25	100%



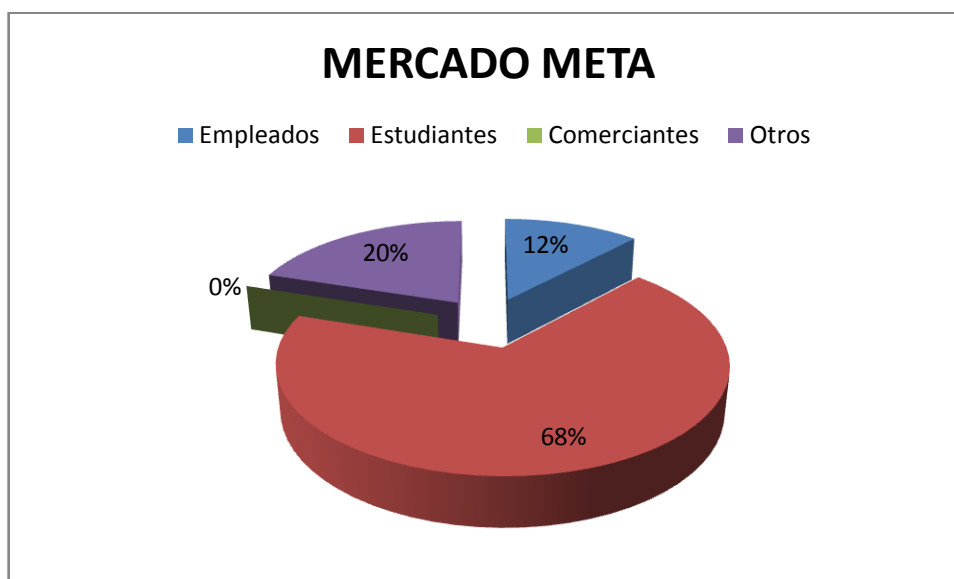
Análisis.

El producto que tiene más demanda son los anillos convirtiéndolo así en el producto estrella del negocio, los productos vaca son pulsera y aritos, y los collares son los productos perro del negocio, no obstante las y los jóvenes tienen que rediseñar los demás productos que elaboran (collares, pulseras, anillos y aritos) para mantener la fidelidad del cliente, en especial darle atención al producto perro.

7) ¿A quiénes van dirigidos los productos?

Objetivo: Conocer el mercado meta al que están dirigidos los productos, proporcionando bisutería de acuerdo a las características y necesidades del consumidor.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleados.	3	12%
Estudiantes.	17	68%
Comerciantes.	0	0%
Otros.	5	20%
TOTAL.	25	100%



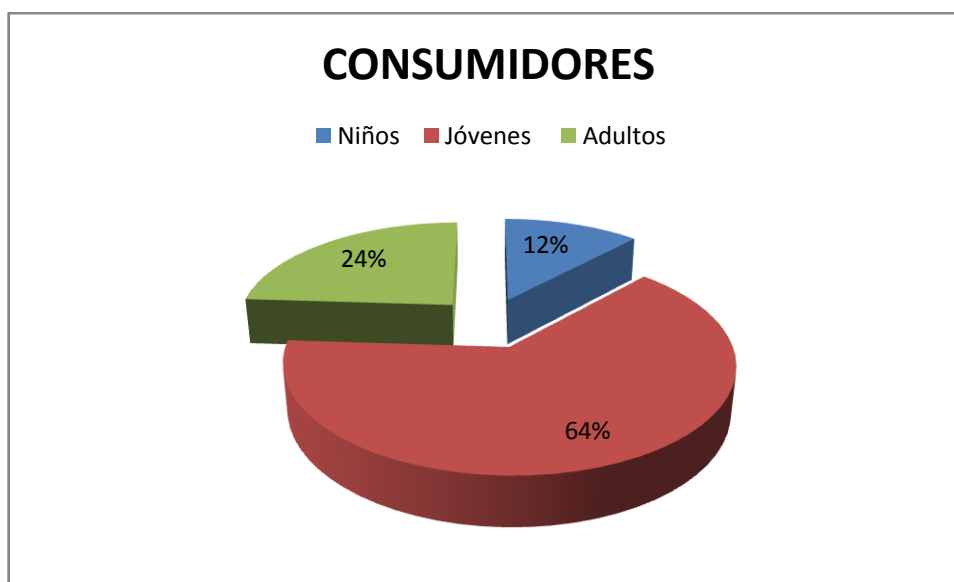
Análisis.

El mercado meta al cual están dirigidos los productos son los estudiantes, es por ello que los jóvenes deben dirigir los productos a nuevos mercados tales como: Empleados del sector y comerciantes de diferentes departamentos de El Salvador.

8) ¿Quiénes de las siguientes opciones compran más los productos?

Objetivo: Identificar quienes en su mayoría adquieren los productos que elaboran las y los jóvenes.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Niños.	3	12%
Jóvenes.	16	64%
Adultos.	6	24%
TOTAL.	25	100%



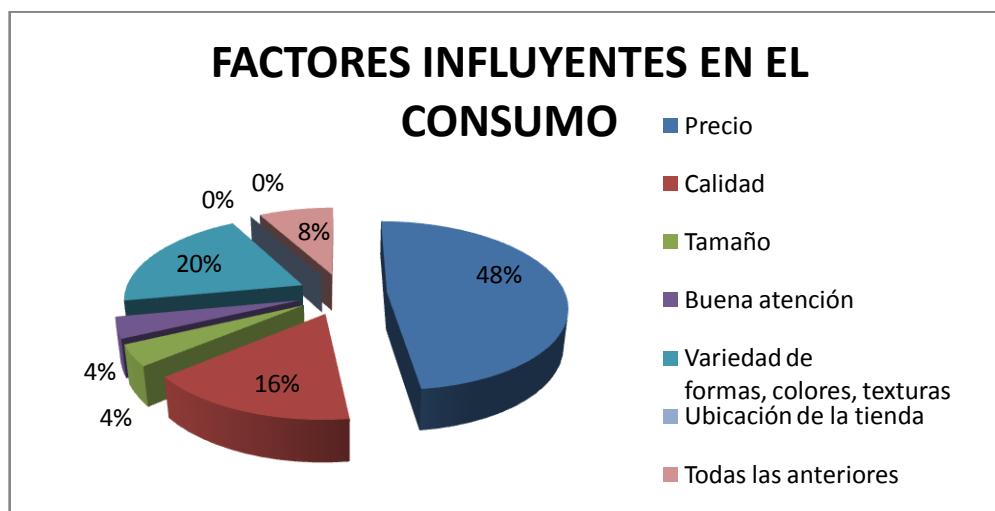
Análisis.

Los productos son consumidos por jóvenes, es por ello que se deben crear estrategias tales como: Innovar sus productos constantemente para satisfacer sus gustos y preferencias ya que es un mercado cambiante, la combinación de diversos materiales y la diversificación de técnicas al elaborar los productos.

9) ¿Qué factores considera usted que influyen en sus clientes para adquirir los productos de bisutería?

Objetivo: Identificar los factores que influyen en los clientes al momento de adquirir los productos.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio.	12	48%
Calidad.	4	16%
Tamaño.	1	4%
Buena atención.	1	4%
Variedad de formas, colores, texturas.	5	20%
Ubicación de la tienda.	0	0%
Todas las anteriores.	2	8%
TOTAL.	25	100%



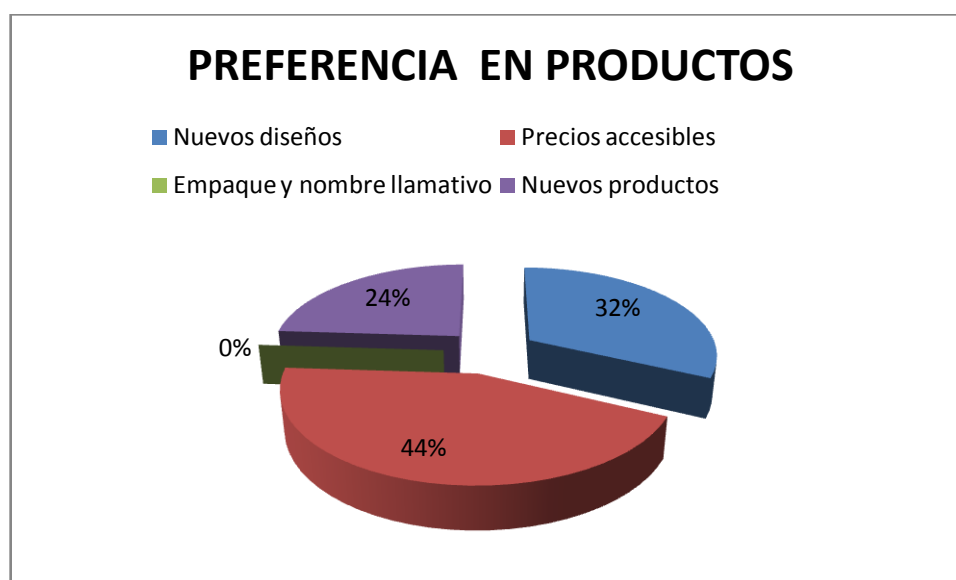
Análisis.

El factor que tiene gran influencia en la compra de este tipo de productos es el precio, sin dejar de lado la variedad de formas, colores y texturas, además otro factor influyente es la calidad de los materiales con los que fue elaborado, siendo estos las características principales que toman en cuenta los consumidores al momento de la decisión de compra. Se hace necesaria la asignación de precios de forma adecuada, el conocimiento de los materiales que se utilizan, lo que dará lugar a la innovación continua.

10) ¿Qué hace para que sus clientes prefieran sus productos?

Objetivo: Identificar la utilización de estrategias de marketing que permitan el posicionamiento del producto en la mente de los consumidores.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nuevos diseños.	8	32%
Precios accesibles.	11	44%
Empaque y nombre llamativo.	0	0%
Nuevos productos.	6	24%
TOTAL.	25	100%



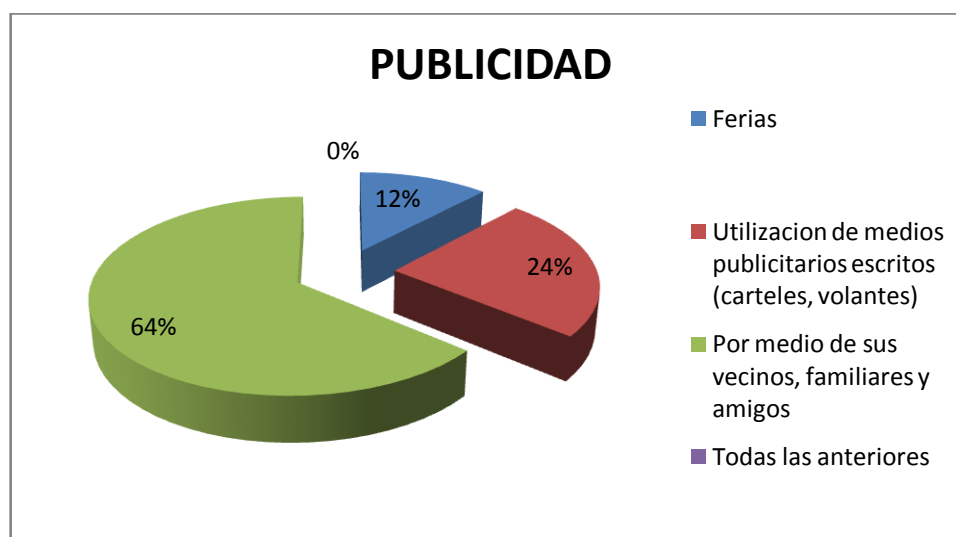
Análisis.

La preferencia de los consumidores por los productos que las y los jóvenes elaboran en gran medida se debe a los precios accesibles y los nuevos diseños, sin embargo los nuevos productos no dejan de ser parte importante en las estrategias utilizadas por las y los jóvenes; por otra parte para que los productos tengan una ventaja competitiva se necesita que el producto posea un nombre llamativo y un empaque adecuado a las características del producto.

11) ¿Cómo han dado a conocer sus productos?

Objetivo: Determinar los medios publicitarios utilizados para dar a conocer los productos.

OPCIONES.	FRECUENCIA.	PORCENTAJE.
Ferias.	3	12%
Utilización de medios publicitarios escritos (carteles, volantes).	6	24%
Por medio de sus vecinos, familiares y amigos.	16	64%
Todas las anteriores.	0	0%
TOTAL.	25	100%



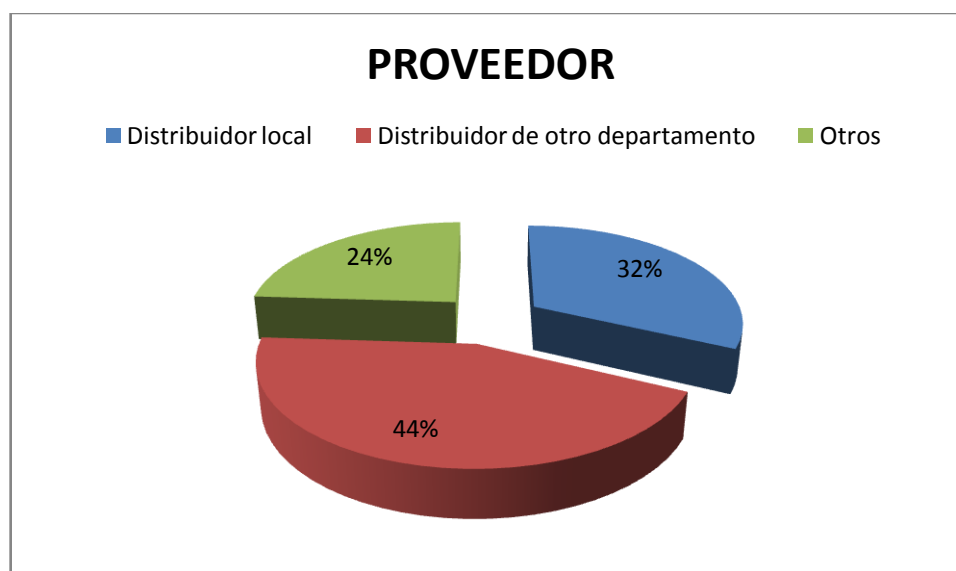
Análisis.

Las y los jóvenes dan a conocer sus productos por medio de sus vecinos, familiares y amigos, así como también hacen uso de la publicidad escrita y exposición de los productos en las ferias realizadas en el municipio. Por otra parte se hace necesario la publicidad de los productos a través de las redes sociales, la radio local, creación de página web y un catálogo que muestre la diversidad de productos que elaboran.

12) ¿De dónde obtiene los materiales y herramientas para la elaboración de bisutería?

Objetivo: Conocer cuáles son los lugares de abastecimiento de los materiales y herramientas utilizados para la elaboración de productos de bisutería.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distribuidor local.	8	32%
Distribuidor de otro departamento.	11	44%
Otros.	6	24%
TOTAL.	25	100%



Análisis.

Las y los jóvenes adquieren los materiales en su gran mayoría por medio de distribuidores de otro departamento específicamente en el área metropolitana de San Salvador, no obstante algunos recurren a distribuidores locales es decir en el departamento de Chalatenango; ya que las y los jóvenes abastecen sus materiales fuera del municipio se hace necesario designar un grupo de jóvenes que realicen las compras al por mayor y obtener de esta forma mejores beneficios y al mismo tiempo reducir los costos.

13) De qué forma registra las entradas y salidas de dinero en su negocio.

Objetivo: Identificar la forma de registro y control de las entradas y salidas de dinero por parte de las y los jóvenes emprendedores.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Libro Contable.	10	40%
Cuaderno.	9	36%
Libreta.	5	20%
Agenda.	1	4%
TOTAL.	25	100%



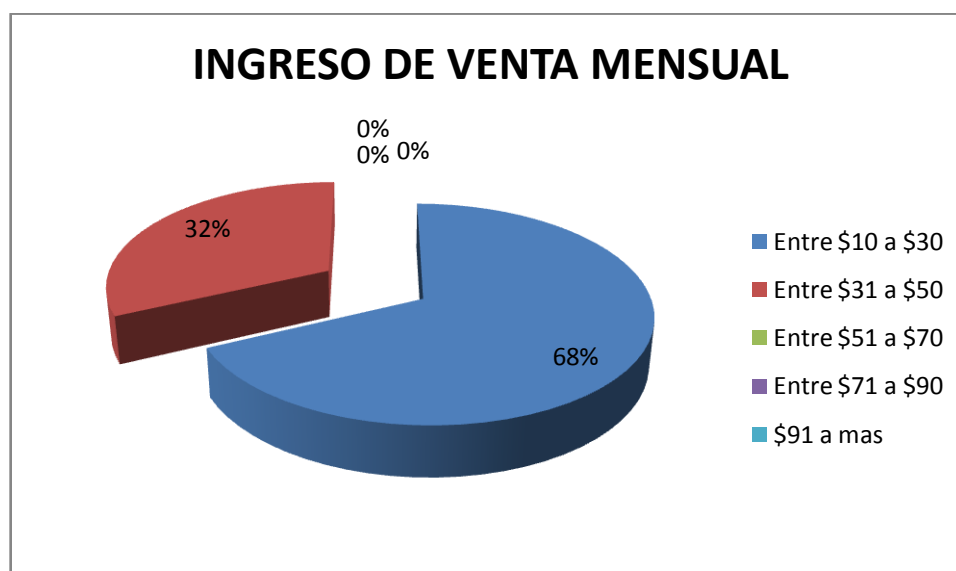
Análisis.

Las y los jóvenes registran sus entradas y salidas de dinero en libros contables, un grupo lo hace en cuaderno, sin embargo se puede visualizar que no hacen uso de software. Por lo que es necesario que se les imparta un curso de contabilidad básica, así como al mismo tiempo un modelo presupuestario para que las y los jóvenes puedan hacer uso adecuado de los recursos monetarios.

14) ¿Cuánto ingreso percibe de sus ventas mensualmente?

Objetivo: Determinar el rango de ingresos mensuales percibidos por las ventas de productos de bisutería realizadas por las y los jóvenes emprendedores.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$10 a \$30.	17	68%
Entre \$31 a \$50.	8	32%
Entre \$51 a \$70.	0	0%
Entre \$71 a \$90.	0	0%
\$91 a más.	0	0%
TOTAL.	25	100%



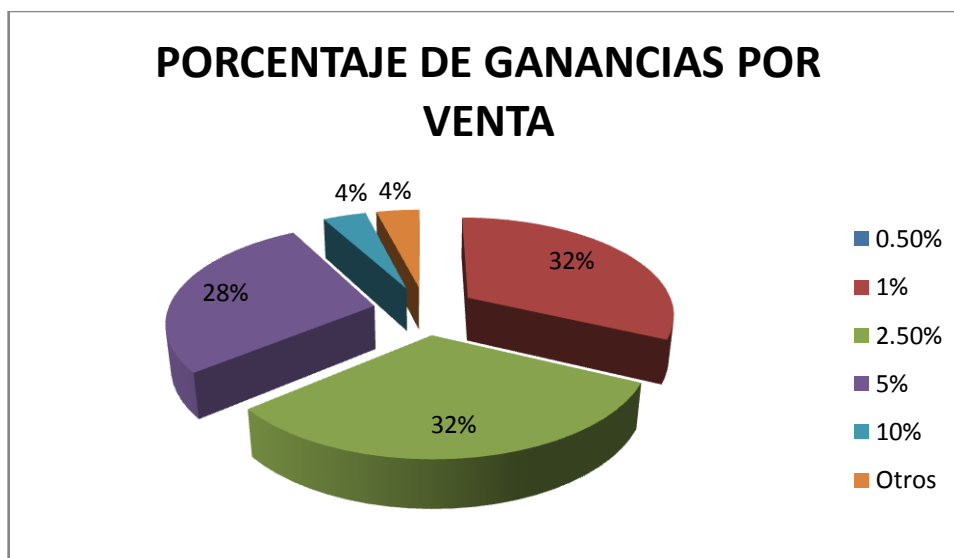
Análisis.

Los ingresos percibidos mensualmente por las y los jóvenes se encuentran dentro del rango de \$10 a \$30 y un pequeño grupo en un rango de \$31 a \$50, esto refleja que les hace falta estrategias de comercialización para percibir mayores ingresos.

15) ¿El ingreso generado por la venta, que porcentaje de ganancias tiene?

Objetivo: Conocer el porcentaje de ganancia que obtienen las y los jóvenes de las ventas generadas mensualmente.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0.50%.	0	0%
1%.	8	32%
2.50%.	8	32%
5%.	7	28%
10%.	1	4%
Otros.	1	4%
TOTAL.	25	100%



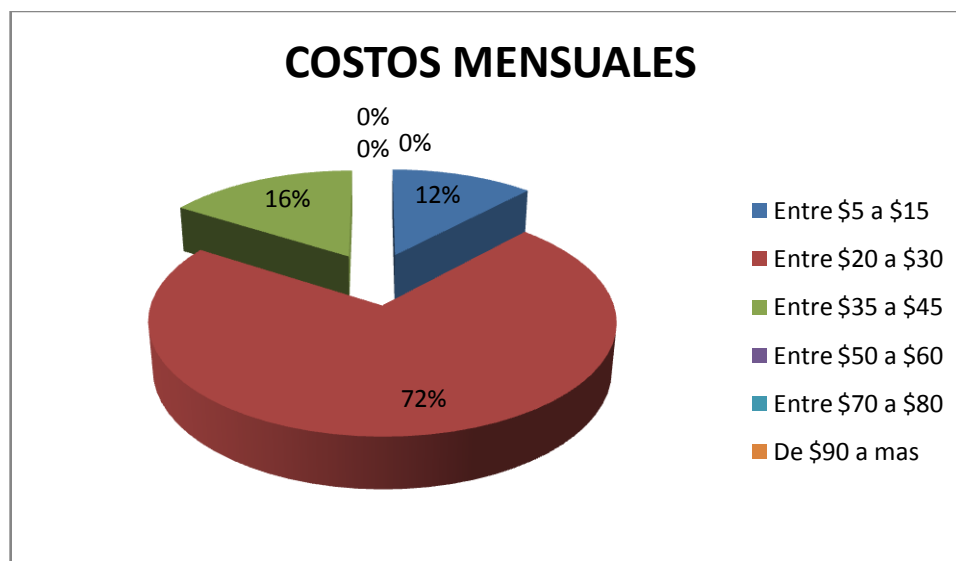
Análisis.

De acuerdo a la información proporcionada por las y los jóvenes el porcentaje de ganancia que obtienen de sus productos es de 1% y el 2.5% en su mayoría. Dicho porcentaje es considerado bajo; es decir que esto se debe a la falta de la determinación de los costos, para una correcta asignación de precios, es por eso que se hace necesario que a las y los jóvenes se les imparta una capacitación sobre la asignación de precios.

16) En promedio de cuanto son los costos incurridos mensualmente.

Objetivo: Determinar los rangos de costos mensuales incurridos en la producción de los productos de bisutería, realizadas por las y los jóvenes emprendedores.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$5 a \$15.	3	12%
Entre \$20 a \$30.	18	72%
Entre \$35 a \$45.	4	16%
Entre \$50 a \$60.	0	0%
Entre \$70 a \$80.	0	0%
De \$90 a más.	0	0%
TOTAL.	25	100%



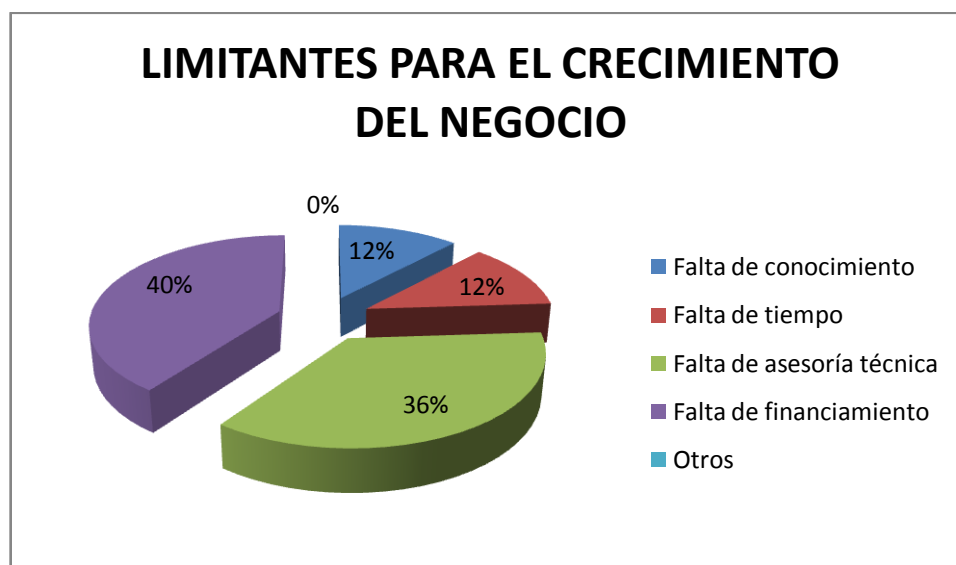
Análisis.

Los costos incurridos en la elaboración de bisutería según las y los jóvenes se encuentran entre \$20 a \$30 mensuales; esto significa que las y los jóvenes invierten pocos recursos monetarios para la elaboración de productos de bisutería lo cual genera beneficios de igual manera.

17) Cuales considera Ud. Que son las limitantes para establecer un crecimiento de su negocio de forma rentable.

Objetivo: Conocer las limitantes a las que se enfrentan las y los jóvenes emprendedores a la hora de hacer crecer su negocio.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de conocimiento.	3	12%
Falta de tiempo.	3	12%
Falta de asesoría técnica.	9	36%
Falta de financiamiento.	10	40%
Otros.	0	0%
TOTAL.	25	100%



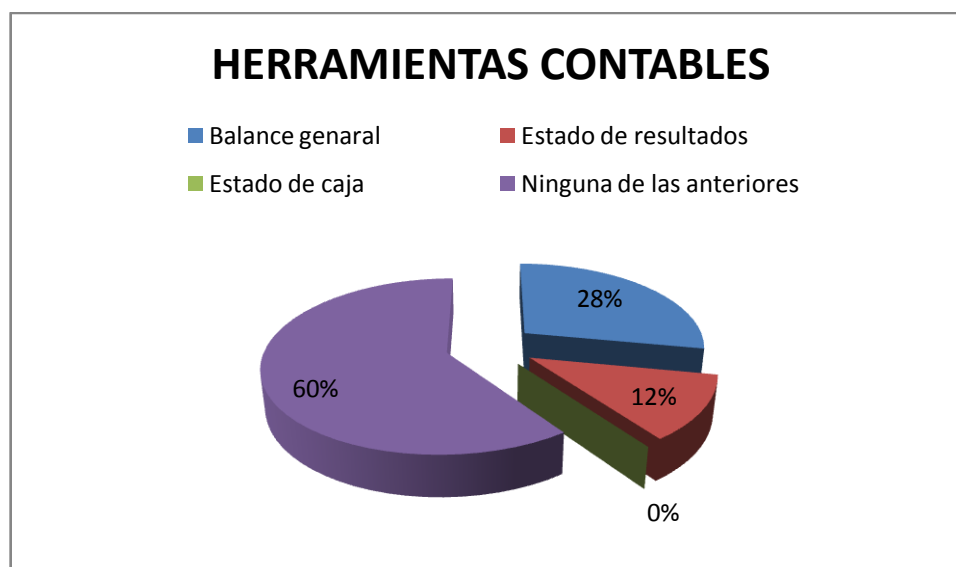
Análisis.

Las y los jóvenes que elaboran Productos de bisutería en el municipio de La Reina se enfrentan con la falta de financiamiento ya que diversas instituciones financieras no son flexibles o no apoyan iniciativas de negocio, además otra limitante es la falta de asesoría técnica en el proceso de producción.

18) ¿Cuál de las siguientes herramientas contables conoce?

Objetivo: Identificar los conocimientos que tienen las y los jóvenes acerca de las herramientas contables.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Balance general.	7	28%
Estado de resultados.	3	12%
Flujo de Caja.	0	0%
Ninguna de las anteriores.	15	60%
TOTAL	25	100%



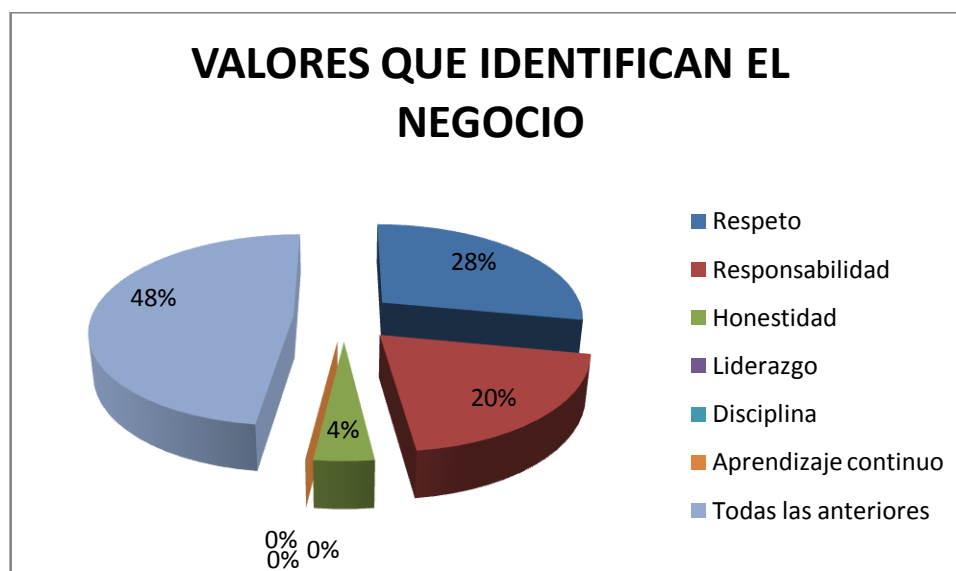
Análisis.

La falta del conocimiento de las herramientas contables es uno de los problemas que enfrentan las y los jóvenes para el control de sus inversiones, se hace necesario que soliciten a alguna institución que los capacite en esta área.

19) ¿Cuáles de los siguientes valores identifican a su negocio?

Objetivo: Identificar los valores que las y los jóvenes poseen en el negocio.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respeto.	7	28%
Responsabilidad.	5	20%
Honestidad.	1	4%
Liderazgo.	0	0%
Disciplina.	0	0%
Aprendizaje continuo.	0	0%
Todas las anteriores.	12	48%
TOTAL.	25	100%



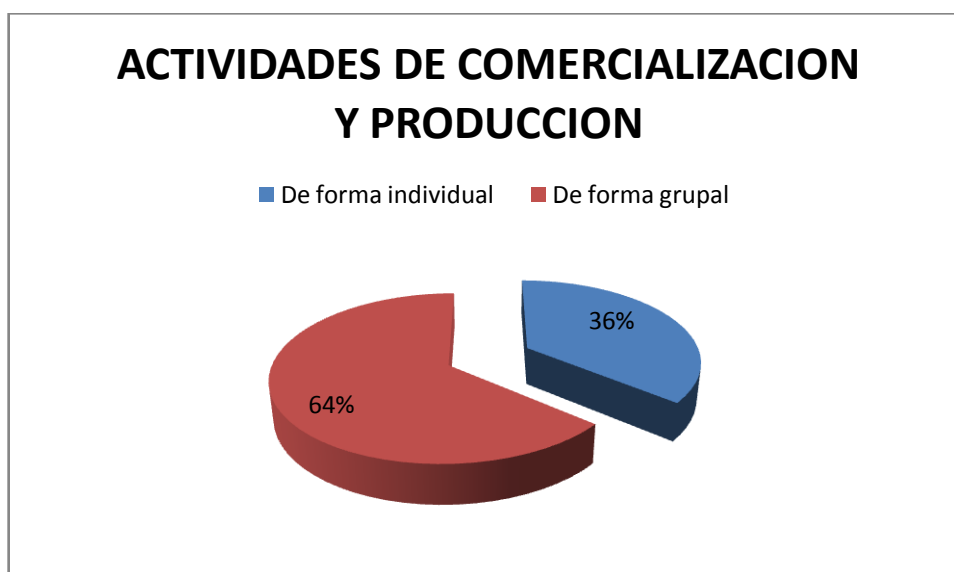
Análisis.

Los valores que principalmente identifican al negocio de las y los jóvenes emprendedores son diversos pero entre los principales se encuentran: El respeto, la honestidad, la responsabilidad, ya que esto hace posible el espíritu emprendedor.

20) ¿De qué forma realiza las actividades de comercialización y producción de los productos de bisutería?

Objetivo: Conocer de qué manera realizan las y los jóvenes emprendedores las operaciones de comercialización y producción.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De forma individual.	9	36%
De forma grupal.	16	64%
TOTAL.	25	100%



Análisis.

En la comercialización y producción de bisutería las y los jóvenes en su mayoría lo realizan de manera grupal, esto constituye una fortaleza ya que el trabajo en conjunto facilita el poder satisfacer a sus clientes.

21) ¿Hay más establecimientos de bisutería en el municipio aparte del de ustedes?

Objetivo: Identificar competidores existentes en el municipio de La Reina.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	7	28%
No.	18	72%
TOTAL.	25	100%

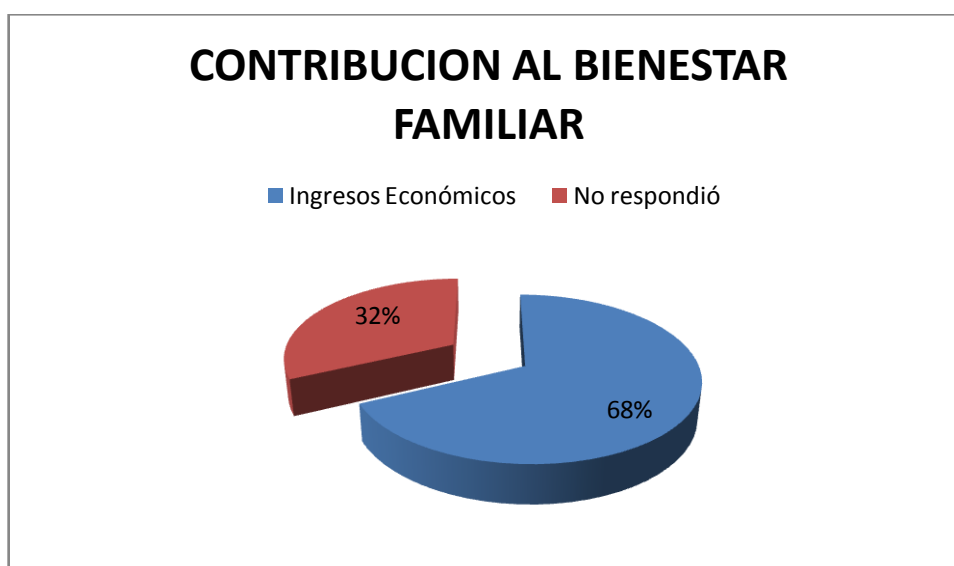
**Análisis.**

Una de las fortalezas que tienen estos jóvenes emprendedores es que no hay competidores significativos en el municipio de La Reina en relación a esta actividad productiva, ya que la pequeña proporción de las y los jóvenes que trabajan de manera individual son las demás persona que recibieron el taller de bisutería.

22) ¿Cómo ha contribuido la creación de su negocio en el bienestar familiar?

Objetivo: Determinar los beneficios familiares obtenidos por las y los jóvenes con la creación del negocio.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ingresos económicos.	17	68%
No respondió.	8	32%
TOTAL.	25	100%

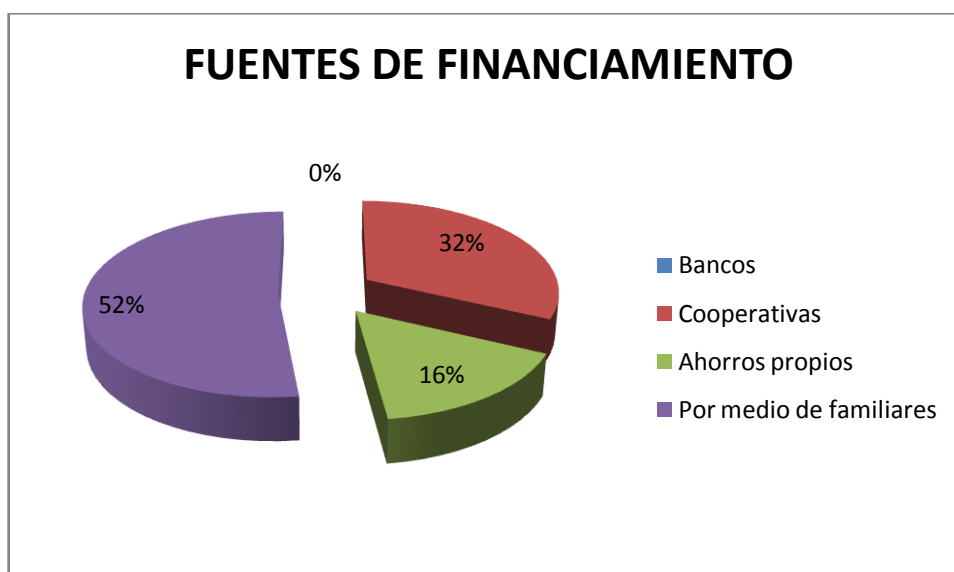
**Análisis.**

La puesta en marcha del negocio según respuestas de las y los jóvenes emprendedores les ha generado ingresos económicos. Sin embargo estos ingresos no son suficientes para ser invertidos.

23) ¿Cuál de las siguientes opciones de fuentes de financiamiento considera que le son accesibles?

Objetivo: Identificar que fuentes de financiamientos son accesibles a las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bancos.	0	0%
Cooperativas.	8	32%
Ahorros propios.	4	16%
Por medio de familiares.	13	52%
TOTAL.	25	100%



Análisis.

Las y los jóvenes consideran que la posibilidad de financiar su iniciativa de negocio puede venir principalmente de familiares, en segundo lugar las cooperativas de ahorro y crédito, en el caso de que el financiamiento venga de parte de familiares les ahorraría intereses.

24) Considera de gran ayuda la formación proporcionada por la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL para elaborar sus productos.

Objetivo: Valorar la ayuda proporcionada por la Organización no gubernamental PLAN INTERNACIONAL hacia las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si.	25	100%
No.	0	0%
TOTAL.	25	100%

Análisis.

Las y los jóvenes consideran de gran ayuda la formación que la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL les ha proporcionado con respecto al taller de bisutería.

Tomando en cuenta la información recopilada del cuestionario y de los demás instrumentos de recolección, se describe el diagnóstico de la situación actual de las y los jóvenes emprendedores.

D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

A continuación se detalla la situación actual de las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango, los cuales son apoyados por PLAN INTERNACIONAL Unidad de Programas de Chalatenango; de acuerdo a las siguientes áreas:

1. MERCADEO.

a. Descripción de los productos.

Los tipos de productos de bisutería que elaboran las y los jóvenes son: Anillos, aritos, collares y pulseras.

Dentro de los productos que las y los jóvenes comercializan, los anillos son el producto que más venta representa, en contraparte a los collares que posee una baja participación en el mercado, no obstante se hace necesario desarrollar estrategias de comercialización que satisfaga los gustos y preferencias del consumidor y que permita el logro de los objetivos tanto de los clientes como de los jóvenes productores y comercializadores de bisutería.

i. Matriz BCG.

La variedad de productos que elaboran las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, se clasifican en el siguiente cuadro de acuerdo a su participación en el mercado.

Tabla 6: MATRIZ BCG.



Dicha matriz muestra en el cuadrante estrella el producto anillos, este posee una participación alta en el mercado, es decir que la preferencia de los consumidores hacia este tipo de accesorio es muy representativa, lo cual implica la necesidad de enfocar los recursos hacia este producto para mantener el consumo de dicho accesorio, por otra parte el no enfocar los recursos hacia

esta fortaleza que presenta el emprendimiento de estos jóvenes permitirá que este producto se convierta en un perro y en consecuencia perderá participación en el mercado.

En el cuadrante vaca y perro se tienen las prendas de bisutería aritos, collares y pulseras respectivamente, en el cuadrante perro los collares son productos con baja participación en el mercado, dando así bajas utilidades. En el cuadrante vaca los aritos y las pulseras se posicionan en un mercado maduro con una gran participación, obteniendo así altos márgenes de utilidades, por lo que convierte el producto en generador de fondos para sostenimiento del negocio.

b. Principales proveedores y mercado meta.

i. Principales proveedores.

Las y los jóvenes adquieren sus materiales en el área metropolitana de San Salvador por lo que incurren en gastos de transporte, tiempo, etc.

ii. Mercado meta.

La composición del mercado al cual están dirigidos los productos está compuesto por los estudiantes en su mayoría, esto se debe a que las y los jóvenes se relacionan de manera constante con personas de su misma edad y se encuentran en el mismo círculo de actividades curriculares.

Se hace necesario llevar a cabo estrategias de marketing para poder incursionar en otros mercados tales como: Comerciantes de todo el país, a los que se les puede vender al por mayor y estos a su vez al consumidor final, a empleados, etc. No obstante se debe destacar que los consumidores buscan los siguientes atributos: Precios accesibles, calidad, diseño y exclusividad e innovación.

c. Situación Actual del mercado.**i. Competencia en el mercado.**

Una de las fortalezas que presentan los jóvenes emprendedores en el municipio es que no tienen competidores significativos que representen una amenaza ya que es el mismo grupo de jóvenes el que recibió el taller y el que ha iniciado este tipo de negocio. No obstante este tipo de negocio puede tener fuertes competidores potenciales dentro del municipio.

Por lo tanto es indispensable el optar por explotar este mercado, posicionándose como los primeros en la mente de los consumidores, obteniendo de esta forma la fidelización de estos, además de poder fijar posturas comerciales y promocionales, influyentes en las decisiones de los compradores.

ii. Mezcla de mercado.

El análisis de la mezcla de mercado es el resultado de las encuestas realizadas a los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina. Por lo que a continuación se mencionan cada una de las partes que conforma la mezcla de mercado.

● Producto.

Para comercializar el producto, las y los jóvenes no cuentan con un empaque que haga llamativo al producto y que además demuestre todos los atributos que este ofrece, proporcionando así al comprador el impulso de compra, no cuentan con una marca que les permita posicionarse en la mente del consumidor. Además no están produciendo productos diferentes a los que les enseñaron a hacer en el taller, por lo que no existe una variedad de productos para ofrecer a los clientes.

● Precio.

Las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina fijan el precio dependiendo del producto elaborado (collar, pulsera, anillo, aretes), es decir que no todos los productos poseen un precio fijo, esto depende en gran medida de cinco

características que se identificaron del producto: El tamaño de este, el número de piedras no preciosas, la técnica utilizada, el material del que se elabora y la forma de venta (juego completo o de forma separada). Dicho precio es determinado por la o él joven que elabora y vende los productos.

En el taller impartido por la consultora se les enseñó a las y los jóvenes la asignación de precio en base a contar el número de piedras que posee la prenda y demás materiales utilizados para su elaboración (hilo, broches, cadenas, etc.) y sumar un porcentaje de ganancia establecido a gusto del productor, ya que por ser un negocio en fase introductoria se enfrentan a un mercado donde se desconocen los gustos y preferencias del mismo, sin embargo estos jóvenes tienen la aceptación de los consumidores por el emprendimiento ejercido por ellos.

Las y los jóvenes emprendedores tienen dificultades para asignarle el precio de manera correcta debido al desconocimiento de algún método de asignación de precios, estos jóvenes lo hacen a base de estimaciones realizadas por ellos mismos. La determinación de los costos incurridos en su producción, no incluye un porcentaje de ganancia representativo, ya que son solo unos centavos los que separan el costo real del producto a la ganancia obtenida, ni mucho menos incluye el costo de comprar los materiales en otro departamento.

● **Plaza.**

Los productos son comercializados en el municipio de La Reina, de forma directa es decir, que las y los jóvenes emprendedores ponen a disposición de los consumidores los productos de bisutería utilizando un canal de distribución directo de productor a consumidor, en este sentido las y los jóvenes no utilizan ningún intermediario, por lo que lo convierte en canales cortos, mismos que benefician a los consumidores principalmente ya que los costos de producción tienden a bajar, y beneficia a los productores ya que el producto para llegar a manos del consumidor o usuario final gasta menos recursos y esto beneficia tanto al consumidor como al productor.

En cuanto a la cobertura del mercado solo se efectúa en el municipio de La Reina específicamente comercializado en especial con estudiantes y familiares de las y los jóvenes emprendedores.

Las y los jóvenes no cuentan con una ubicación exacta, además por lo general trabajan de forma grupal, a pesar de ello los recursos financieros como los operativos se ven afectados a tal grado que las y los jóvenes no lo ven como un negocio si no como un entretenimiento, y por lo tanto se alejan del objetivo que la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL propone en su línea de acción programática EMPRENDEDURISMO.

Las y los jóvenes emprendedores productores de bisutería no poseen un inventario que les permita poner a disposición inmediata del comprador una gama de productos para la venta, sin embargo si poseen inventarios de productos terminados, en proceso y de materias primas, esto se debe a que la mayoría de jóvenes productores de bisutería trabajan a base de pedidos.

● **Publicidad y Promoción.**

Existe deficiencia en la utilización de las diferentes variables que envuelven al término promoción, la forma en que las y los jóvenes productores de bisutería informan, persuaden y recuerdan las características, ventajas y beneficios del producto es por medio de la utilización de la técnica del boca a boca, es decir que entre sus familiares, vecinos y amigos se da referencia de compra, por lo tanto posee una fuerte ventaja ya que consiste en pasar información por medios verbales, especialmente recomendaciones, y esto da credibilidad y confianza al comprador a causa de la fuente de la que viene.

Sin embargo no están utilizando al máximo los diferentes medios publicitarios como lo son las redes sociales, página web, la radio local y un catálogo de productos esta última se convierte hoy en día como una herramienta poderosa a la cual se llega a más personas dispuestas a comprar.

2. ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.

PLAN INTERNACIONAL con el desarrollo de capacidades emprendedoras busca generar que las y los jóvenes tengan la oportunidad de establecer un negocio, con la finalidad de obtener ingresos económicos para contribuir con su familia así como para continuar sus estudios.

A pesar de que PLAN tiene todos los procesos para llevar a cabo cada uno de los diferentes programas posee dificultades en el monitoreo y seguimiento, ya que lo hace a través de preguntas en las reuniones para ver si están poniendo en práctica lo aprendido, y si están obteniendo rentabilidad. Sin embargo en realidad la institución no cuenta con una herramienta que les permita evaluar a las y los jóvenes beneficiados.

Las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina no están constituidos como empresa de manera formal, sin embargo los jóvenes tratan de organizarse según el tiempo disponible que cada uno tiene lo que provoca una labor desorganizada la cual conlleva a incumplir con los objetivos y metas planteadas.

La falta de definición de objetivos a corto, mediano y largo plazo, como también la definición de la visión y la misión del negocio son aspectos que los jóvenes ignoran lo que origina incumplimiento de las actividades esenciales que el negocio debe tener para cumplir con el funcionamiento adecuado.

3. ÁREA TÉCNICA.

El taller lo impartió una consultora, la cual fue contratada por PLAN INTERNACIONAL, Unidad de Programas de Chalatenango, debido a que la institución no cuenta con personal capacitado en la elaboración de productos de bisutería. Este taller se realizó siguiendo un riguroso programa de acuerdo a los requerimientos de la institución y las necesidades de las y los jóvenes. A pesar de las especificaciones requeridas, ellos presentan dificultades en cuanto a la producción y comercialización de los productos de bisutería.

4. ÁREA DE PRODUCCIÓN.

En la elaboración de los productos las y los jóvenes emprendedores en la mayoría de los casos lo hacen de forma grupal, permitiéndoles tener mayor producción en relación a la variedad de formas, colores y mezcla de diversos materiales.

● Proceso productivo.

La elaboración de los productos de bisutería es realizada de forma manual la cual queda a creatividad e imaginación de cada joven, siendo así cada pieza exclusiva.

El proceso productivo depende de los diferentes productos a elaborar; por lo que le brinda al producto un alto valor agregado ya que las personas valoran los productos de esta índole, las formas que adopta el producto es variada de acuerdo al estilo, diseño, técnica e incluso los gustos y preferencias de los compradores.

5. ÁREA FINANCIERA.

De acuerdo a la entrevista realizada a los ejecutores del programa, PLAN INTERNACIONAL no solo busca que las y los jóvenes aprendan un oficio sino que también identifiquen instituciones a las cuales puedan acudir para obtener financiamiento y de esta manera puedan poner en marcha su iniciativa de negocio.

Sin embargo tomando en cuenta la información recopilada por medio de la encuesta las y los jóvenes consideran que la forma más accesible para ellos es la obtención de dinero por medio de sus familiares.

Además es importante destacar que ellos no tienen el conocimiento para la determinación de los costos, así como de la elaboración de los estados financieros básicos tales como el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja.

6. ANÁLISIS FODA.

A continuación se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tienen los jóvenes que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, tomando como referencia la encuesta realizada.

a. Análisis interno (Fortaleza, Debilidades) y externo (Oportunidades, Amenazas) de la situación actual.

Tabla 7: ANALISIS FODA.

FORTALEZAS.	OPORTUNIDADES.
<ul style="list-style-type: none"> ● Productos hechos de manera manual. ● Apoyo de PLAN INTERNACIONAL, Unidad de Programas de Chalatenango. ● Comercialización y producción de manera grupal. ● Precios accesibles de los productos. ● Jóvenes en edades productivas sin compromisos familiares. ● Habilidades de aprendizaje lo que da lugar a que estos jóvenes sean contratados por la institución para posteriores talleres con otros jóvenes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pocos competidores en el municipio, en relación a esta actividad económica. ● Penetrar el mercado estudiantil con nuevos productos. ● Medios publicitarios a su alcance. Ej. la radio local. ● Apoyo de parte de instituciones locales. Ej. Alcaldía. ● Penetración en un mercado extranjero por medio de familiares residentes en los Estados Unidos. ● Posibilidad de penetración en otros municipios.

DEBILIDADES.	AMENAZAS.
<ul style="list-style-type: none"> ● Desconocimiento de la asignación de precios y asignación de costos ● Falta de conocimiento materia prima. ● Espacio físico de producción y comercialización no adecuado. ● La falta de herramientas contables. ● La falta de asesoría técnica. ● Falta de una estrategia de comercialización. ● Falta de un punto de venta específico. ● Falta de filosofía organizacional. ● Falta de monitoreo y seguimiento por parte de PLAN INTERNACIONAL a la iniciativa emprendedora. ● Diseños fácilmente imitables. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrada de nuevos competidores. ● Adquisición de productos con precios altos, impuestos por el proveedor. ● La falta de apoyo por parte de instituciones financieras. ● Cambios en los gustos y preferencias de los consumidores.

FUENTE: Realizado por el equipo investigador

b. Combinación de Matriz FO, DO, FA, DA.

Al haber definido los aspectos internos y externos que presentan actualmente las y los jóvenes, se describirá una combinación de alternativas estratégicas, que darán lugar al desarrollo del Plan de Negocios, para el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades frente a las debilidades y amenazas.

Tabla 8: COMBINACIÓN FODA.

<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>	<p>Lista de Fortalezas</p> <p>F1. Productos hechos de manera manual. F2. Apoyo por PLAN, INTERNACIONAL. F3. Comercialización y producción de manera grupal. F4. Precios accesibles de los productos. F5. Jóvenes en edades productivas. F6. Capacitación continúa.</p>	<p>Lista de Debilidades</p> <p>D1. Desconocimiento de asignación de costos y precios. D2. Falta de conocimiento de materia prima. D3. Espacio físico de elaboración y comercialización no adecuado. D4. Falta de utilización de herramientas contables. D5. Falta de Asesoría Técnica. D6. Falta de estrategias de comercialización. D7. Falta de filosofía organizacional. D8. Diseños fácilmente imitables</p>
<p>Lista de Oportunidades</p> <p>O1. Pocos competidores en el municipio, con relación a la actividad. O2. Penetración el mercado con nuevos productos. O3. La radio local como medio publicitario. O4. Apoyo de parte de instituciones locales. Ej. Alcaldía O5. Penetración en un mercado extranjero por medio de familiares residentes en los Estados Unidos. O6. Participación en mercados aledaños al municipio.</p>	<p>FO</p> <p>Estrategia ofensiva. Estrategias para maximizar</p> <p>Ofrecer una amplia variedad productos de bisutería, con precios accesibles, llegando a nuevos mercados, utilización de medios publicitarios, creación de la marca, empaque, nuevos canales de distribución.</p>	<p>DO</p> <p>Estrategia adaptativa. Estrategias para minimizar (D) y maximizar (O)</p> <p>Determinación de los costos fijos y variables, así como el precio de venta, capacitaciones en cuanto a técnicas para la elaboración de productos creativos, innovación continua, diseño del espacio físico, capacitaciones en herramientas contables, creación de la misión, visión, objetivos, creación de un plan comercial.</p>
<p>Lista de Amenazas.</p> <p>A1. Entrada de nuevos competidores. A2. Adquisición de materia prima con altos costos, impuestos por el proveedor. A3. Falta de apoyo de financiamiento por parte de entidades financieras. A4. Cambios en los gustos y preferencias del consumidor.</p>	<p>FA</p> <p>Estrategia defensiva. Estrategias para fortalecer (F) y minimizar (A)</p> <p>Innovación continua, lanzamientos de nuevos productos, relaciones con los proveedores, búsqueda de financiamiento.</p>	<p>DA</p> <p>Estrategia de supervivencia. Estrategia para minimizar</p> <p>Desarrollo de la marca, obtener ventaja competitiva a través de una diferenciación y enfoque. Posicionamiento en el mercado a través de la marca.</p>

FUENTE: Realizado por el equipo investigador.

7. DESARROLLO SOCIAL.

Aprender este oficio a las y los jóvenes les ha generado ingresos económicos y esto les da una capacidad de compra diferente a la que tenían.

Lo que PLAN INTERNACIONAL pretende con el desarrollo del emprendedurismo en las comunidades donde realiza sus programas, es que las y los jóvenes generen un efecto multiplicador al crear oportunidades de empleo y por supuesto que las familias obtengan nuevas entradas de dinero.

Es por ello que la institución enfoca los programas a personas que estén dentro de una edad de 14 a 30 años, que pertenezcan a una familia de escasos recursos, dirigidos a jóvenes y en especial a las familias PLAN.

Luego de haber realizado el análisis de la situación actual de las y los jóvenes emprendedores productores y comercializadores de bisutería en relación a los elementos del negocio como lo son: Mercadeo, administración, producción y finanzas, permitió identificar aspectos favorables, como la poca competencia que hay en el municipio con respecto a esta actividad productiva y el apoyo de PLAN INTERNACIONAL; logrando contribuir al desarrollo del negocio, no obstante aspectos que son desfavorables y que necesitan ser corregidos y en algunos casos poner en práctica nuevos conocimientos para aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento que puedan tener estos jóvenes, al mismo tiempo que se pueda corregir la metodología empleada por la institución para los futuros beneficiados con dicho estudio; orientado a mejorar el funcionamiento administrativo y productivo de las y los jóvenes.

Dicho análisis de la situación actual servirá de base para la formulación de conclusiones y recomendación que de forma directa o indirecta puedan ayudar a fortalecer los emprendimientos económicos de las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, apoyados por la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL.

E. CONCLUSIONES.

1. La falta de una herramienta que permita a las y los jóvenes realizar un proceso de planeación, hace que estos jóvenes no tengan una misión, visión y objetivos claros a corto, mediano y largo plazo, para determinar ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Con que?
2. Los factores que influyen de manera representativa al momento que el consumidor decide realizar una compra son: Los precios accesibles y la calidad de los productos.
3. Las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, desconocen la forma adecuada para calcular el precio de venta de cada producto elaborado, ya que no toman en cuenta el costo de producción (mano de obra, costo de materiales y demás gastos incurridos) y el margen de ganancia que desean tener.
4. Los canales de distribución con los que actualmente hacen llegar el producto es a través de un canal directo, es decir de productor a consumidor final.
5. La falta de seguimiento de la línea de acción programática y metodologías especializadas en la temática de la actividad productiva por parte de la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL.
6. La falta de un plan de mercadeo para obtener un posicionamiento y penetración en el mercado.
7. Las y los jóvenes muestran un gran interés por aprender nuevas técnicas, por lo que PLAN INTERNACIONAL debería reforzar y mejorar los conocimientos en cuanto a esta actividad productiva.
8. La falta de oportunidades económicas por parte de las entidades financieras ya sean locales o fuera del municipio dificulta la puesta en marcha del negocio.

F. RECOMENDACIONES.

1. Proporcionar un Plan de Negocios que permita, la práctica de la planeación, haciendo posible la misión, visión y objetivos del negocio a emprender.
2. Se sugiere que los precios accesibles se mantengan, ya que los consumidores lo consideran un factor primordial al momento de realizar una compra; sin embargo se debe tomar en cuenta la forma de asignación de precios teniendo especial cuidado al asignarlos de forma tal que no falte ningún costo.
3. En el desarrollo de programas de emprendedurismo, se deben de agregar temas relacionados con la determinación de los costos y por supuesto la asignación de precio a los diferentes productos.
4. Se hace necesario trazar un canal de distribución diferente como puede ser, el de productor a minorista y este a consumidor final, incursionando así a nuevos mercados metas, como lo son los comerciantes ya que de forma indirecta venden productos que junto con los accesorios sean un complemento perfecto.
5. Se hace necesario que la organización no gubernamental PLAN INTERNACIONAL, monitoree y le de seguimiento a los programas de emprendedurismo que está desarrollando en las diferentes comunidades para que puedan llevar a cabo las iniciativas de negocios.
6. Implementación de medios publicitarios tales como: La creación de página web, catálogo de productos, utilización de redes sociales, espacio publicitario en la radio local, la creación de una marca, entre otros.
7. Se hace necesario que PLAN INTERNACIONAL apoye a través de alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales a las y los jóvenes emprendedores que participaron en los programas de EMPRENDEDURISMO, ya que de esta forma ampliarían conocimientos en áreas en las que afrontan dificultades, además de asistencia técnica para la elaboración de los productos.
8. La obtención de un plan de negocios facilitará a las y los jóvenes el acceso a un crédito ante las instituciones financieras y a la incorporación de nuevos socios, puesto que dicho documento presenta un claro perfil del negocio a emprender.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS JÓVENES QUE ELABORAN PRODUCTOS DE BISUTERÍA, EN EL MUNICIPIO LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO, APOYADOS POR LA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL PLAN INTERNACIONAL.

El desarrollo del presente capítulo proporciona una herramienta que le será de utilidad a las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería en el municipio de La Reina, departamento de Chalatenango; así como también a la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL; ya que contarán con la herramienta para otros jóvenes emprendedores.

A. RESUMEN EJECUTIVO.

La propuesta del Plan de Negocios ha sido elaborada para que las y los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina puedan formar una microempresa que se denominará “Emprendedores Juveniles La Reina”, y cuya marca se ha retomado como marca símbolo “Amatista Bisutería”, dicha microempresa estará ubicada en Plaza La Reina, local # 3, Barrio el Centro, La Reina, departamento de Chalatenango.

Con la formación de la microempresa se espera lograr que las y los jóvenes emprendedores cuenten con una fuente generadora de ingresos y de empleo, lo cual beneficiará a la mayoría de jóvenes que recibieron el taller de bisutería impartido por PLAN INTERNACIONAL en dicho municipio.

Los productos de bisutería tienen gran aceptación en el mercado al que van dirigidos ya que estos productos poseen una vistosidad atractiva y son parte de la apariencia personal de las mujeres en particular. Los Productos Amatista bisutería son elaborados por los jóvenes con imitaciones de piedras preciosas, tales como perlas, piedras picadas, cristal entre otras.

El proceso de producción de los productos de bisutería consta básicamente de tres pasos que consisten en primer lugar en la determinación de los materiales a utilizar, segundo en realizar el bosquejo y unir las piezas y tercero después de terminada la pieza se empaca y se almacena para pasar a la sala de ventas.

Para que la microempresa pueda iniciar con las actividades se realizará una inversión de \$2,000 de los cuales \$1,500 son propios y \$500 fueron proporcionados por los familiares, lo que se denomina préstamos familiares.

De acuerdo a las proyecciones financieras, al año de estar funcionando la microempresa generará utilidades de \$3,935.67, siendo pagado el préstamo a los 10 meses de operaciones, por lo cual la microempresa se considera un proyecto rentable para los Emprendedores Juveniles La Reina.

B. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.

1. Objetivo General.

Proporcionar a las y los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería, una herramienta que sirva de guía para la puesta en marcha de su negocio, permitiendo de esta manera mejorar la comercialización, anticipación de riesgos, obtención de financiamiento y penetración en el mercado.

2. Objetivos Específicos.

- Facilitar un documento a las y los jóvenes emprendedores que describa paso a paso las acciones necesarias para el desarrollo del área administrativa, mercadológica, producción y financiera.
- Proponer estrategias de penetración y comercialización de los productos en el mercado, logrando la preferencia de los consumidores con el reconocimiento de los productos abarcando nuevos mercados por medio de la comercialización.

- Facilitar un documento que contribuya a la obtención de financiamiento, ya sea mediante entidades bancarias, familiares o a través de la misma Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL.

C. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.

1. Generalidades de la Empresa.

a. Nombre de la Empresa.

“Emprendedores juveniles La Reina.”

b. Clasificación de la Empresa.

i. Giro Económico.

El negocio se dedicará a la producción y comercialización de productos de bisutería.

ii. Ubicación de la Empresa.

El negocio estará ubicado en Plaza La Reina local #3, Barrio el Centro, La Reina, departamento de Chalatenango.

iii. Tamaño de la Empresa.

De acuerdo a la tipología de la empresa:

- Por su tamaño se considera una microempresa ya que puede constituirse hasta por 10 empleados.
- Por su actividad económica es industrial ya que se dedica a la producción de bienes, mediante la transformación de materia prima a través de los procesos de fabricación.

2. Filosofía Empresarial.

En coordinación con las y los jóvenes que elaboran productos de bisutería, se llegó a formular la siguiente misión, visión, valores y objetivos para la microempresa.

a. Misión.

Ofrecer a nuestros clientes productos de bisutería que satisfagan las necesidades de belleza, brindando productos de calidad, variedad de estilos y precios accesibles, así como la contribución al desarrollo del municipio.

b. Visión.

Ser una microempresa reconocida en el municipio de La Reina y en sus alrededores en la comercialización de productos de calidad e innovación con precios accesibles para clientes mayoristas y minoristas.

c. Objetivos.**Objetivo General.**

Producir y comercializar con originalidad creativa productos de bisutería, con diseños capaces de captar la atención de nuestros consumidores, creando piezas de mucho valor artístico que satisfagan las necesidades complementarias del vestir diario, logrando de esta manera el éxito de la empresa.

Objetivos Específicos.

- Potenciar la creatividad e iniciativa de las y los jóvenes, logrando así nuevos diseños y nuevas unidades estratégicas de negocio que incrementen la participación en el mercado y que a su vez potencialicen el crecimiento del negocio.
- Alcanzar nuevos mercados, aprovechando los recursos disponibles de forma óptima e integral, y de esta manera ubicarnos en la predilección de los consumidores.
- Obtener utilidades suficientes que beneficie el crecimiento del negocio.

d. Valores.

Los valores bajo los cuales se regirá la microempresa Emprendedores Juveniles la Reina.

- **Compromiso:** Entregamos nuestro mejor esfuerzo en el logro de los objetivos de la empresa y la satisfacción del cliente, a través de nuestras relaciones internas (socios) y externas (proveedores).
- **Honestidad:** Es una condición fundamental que nos sirve para las relaciones humanas, para la amistad, para la auténtica vida comunitaria la cual expresa respeto por uno mismo y por los demás.
- **Integridad:** Actuamos conforme a altos valores morales hacia nuestros clientes, proveedores y socios.
- **Excelencia:** Brindamos servicios de buena calidad, reflejando los buenos modales, actuando así de forma cordial y educada en las relaciones interpersonales y con los clientes.
- **Trabajo en equipo:** Contamos con el personal que se complementa para el logro de los objetivos de manera responsable, a través de la cooperación, respeto, honestidad y disciplina aprovechando al máximo los recursos disponibles.
- **Liderazgo:** Guiar al equipo de forma tal que se genere un clima armónico, con los mismos derechos y deberes, sin desigualdades de género, raza, religión, manteniendo una buena comunicación entre los miembros del equipo, con el fin de hacer crecer el negocio y poder lograr las metas establecidas de forma conjunta.

3. Necesidades de capacitación.

Las y los jóvenes se someterán a capacitaciones y talleres para reforzar áreas en las cuales presentan deficiencias, ya que para tener una fuerte ventaja competitiva sostenible es necesario que adquieran conocimientos para desarrollar habilidades que favorezcan el sostenimiento del negocio y desempeño de las y los jóvenes.

La capacitación se hará a través de medios externos, instituciones que proporcionen cursos formales de capacitación de forma directa, ya que PLAN INTERNACIONAL posee fuertes alianzas

con instituciones que apoyan a la micro, pequeña y mediana empresa, se aprovechará estas, para llevar a cabo las capacitaciones necesarias.

Tabla 9: PLAN DE CAPACITACIÓN.

ÁREAS DE INTERES DE CAPACITACIÓN.	CONTENIDO TEMÁTICO.	OBJETIVOS.	RECURSOS.	TIEMPO.	Institución o empresas que impartirá la capacitación y/o talleres.
Mercadeo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecimiento del perfil del consumidor. 2. Características empresariales. 3. Técnicas efectivas de ventas. 4. Trabajo en equipo. 5. La marca, como ventaja competitiva. 6. Servicio al cliente. 	Conocer las técnicas de ventas y atención al cliente, para el crecimiento del negocio.	Transporte, alimentación, tiempo.	5 hrs curso único.	Centro de Desarrollo de Micro y Pequeña empresas (CDMYPE).
Producción.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Técnicas de bisutería. 2. Combinación de colores. 3. Preservación de materiales. 4. Cuidados de la prendería. 5. Participación en ferias. 	Desarrollar productos nuevos e innovar los existentes.		2 hrs al día 2 veces al mes.	<ul style="list-style-type: none"> ● Bisutería Bonanza. ● Piedras y Cristales. ● Centros de Desarrollo Artesanal.
Finanzas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registros contables. 2. Constitución de una empresa. 3. Búsqueda de financiamiento. 4. Prevención de Riesgos financieros. 	Determinar las entradas y salidas por medio de las herramientas contables, así como la búsqueda de fuentes de financiamiento.		3 hrs.	Centro de Desarrollo de Micro y Pequeña empresas (CDMYPE).

FUENTE: Elaborado por equipo de investigación.

Después de conocer las generalidades y el plan de capacitación de la microempresa Emprendedores Juveniles La Reina, se procederá a describir el estudio de mercado donde se conocerá más sobre el producto como su marca, precio de mercado, el mercado al que va dirigido el producto, la competencia en el mercado, los proveedores etc.

D. ESTUDIO DE MERCADO.

1. Definición del mercado.

El mercado al que están dirigidos los productos de bisutería es de acuerdo a los siguientes factores:

a. Demográfico.

En esta clasificación se tiene preferentemente a 2 tipos de personas las cuales son mujeres jóvenes de 13 a 24 años y a personas adultas de 25 a 35 años. Además se incluye a hombres también debido a que hay productos (llaveros y collares alusivos a equipos de fútbol) que consumen estas personas.

b. Geográfico.

El mercado meta que tienen estos jóvenes para posicionar sus productos principalmente es en el municipio de La Reina, así como también en el departamento de Chalatenango y sus alrededores y de ser posible en todo el territorio Salvadoreño. Ya que se harán llegar los productos por medio de la venta en universidades, en tiendas, bazares y tiendas de ropa en todo el país.

c. Psicográfico.

El producto es dirigido a personas que les gusta cuidar su apariencia, ya que es un accesorio que se puede utilizar con todo tipo de ropa y para todo tipo de ocasión.

d. Conductuales o de comportamiento.

La bisutería es un accesorio, utilizado preferentemente por el sector femenino ya que es combinado con cualquier vestuario, sin embargo también hay productos (llaveros y collares alusivos a equipos de fútbol) que son usados para el sector masculino.

2. Competencia.

La microempresa “Emprendedores juveniles La Reina”, estará inicialmente constituida por 7 jóvenes de los 25 que participaron en el taller de bisutería impartido por PLAN INTERNACIONAL, por lo tanto los jóvenes que no forman parte de la microempresa, son sus principales competidores ya que están elaborando productos de bisutería de forma individual.

A raíz de lo anterior la microempresa aplicará dos estrategias genéricas que constituyen sus principales ventajas competitivas, las cuales se detallan a continuación:

a. Estrategia de diferenciación.

La microempresa aplicará esta estrategia produciendo y vendiendo productos únicos y originales que logren distinguirlos de la competencia y que no sean fácilmente imitables. Esto será posible porque la microempresa cuenta con una marca, con un catálogo de productos, un empaque y atención personalizada.

A través de la estrategia de diferenciación, la empresa busca la preferencia de los consumidores, realizando incluso un aumento en los precios, en caso de que éstos reconozcan las características diferenciadoras del producto.

b. Estrategia de enfoque.

La microempresa aplicará esta estrategia enfocando su atención en las mujeres jóvenes y adultas, es decir, concentrar los esfuerzos en producir y vender productos de bisutería que satisfagan las necesidades y gustos para este mercado.

3. Mezcla de Mercado.

a. Producto

La bisutería es un producto artesanal, el cual se encuentra dentro de la categoría de los no buscados, es decir que son adquiridos por los consumidores debido a un impulso.

A continuación se presentan los elementos de los productos.

i. Elementos del producto.

● **Marca.**

Elementos de la marca:

◆ **Nombre o fontipo:**

Ilustración 3: NOMBRE O FONOTIPO.



Amatista es el nombre de una piedra semipreciosa, el cual fue retomado por las y los jóvenes para establecerlo como la marca de sus productos, ya que los productos que se venden y que el mercado meta prefiere son los que están elaborados con la imitación de la piedra amatista.

Tipo de letra: Akbar plain y archibic no leaders.

Tamaño de la fuente: 34 y 53.

Color de la fuente: Morado el cual le da un toque de exclusividad, de alta calidad y fantasía.

◆ **Logotipo:**

Ilustración 4: LOGOTIPO.



El matiz de los colores que se describen simbolizan la variedad de colores de cada una de las piedras utilizadas en la elaboración de los productos, además los cuadros que conforman el

rectángulo llevan siluetas circulares que representan los tamaños de dichas piedras, la figura utilizada indica que los productos darán estilo y exclusividad a la personalidad del cliente.

El rosado fucsia: Se utilizó ya que el público al que van dirigidos los productos son mujeres, por lo tanto este color es característico del sexo femenino.

Blanco: Representa pureza y verdad.

Anaranjado: Representa la creatividad, la juventud y accesibilidad de los productos.

Verde: Simboliza alegría, renovación, riqueza y nos conecta con la naturaleza.

Morado: Le da un toque de exclusividad, de alta calidad y fantasía.

Celeste: Representa la lealtad, confianza y equilibrio de la marca.

◆ Slogan.

Ilustración 5: SLOGAN.

Realza tu vida con estilo

Tipo de letra: Akbar plain.

Tamaño de la fuente: 12.

Color de la fuente: El negro le proporciona elegancia, seriedad y exclusividad a la marca.

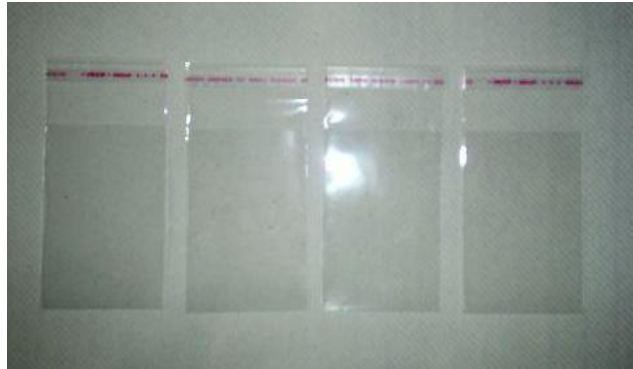
◆ Grafismo:

Ilustración 6: GRAFISMO.



- **Empaque:** Los productos de bisutería serán colocados en una bolsa transparente, de tal forma que permita ver el producto, incluyendo la marca y el fabricante.

Ilustración 7: EMPAQUE.



Teniendo conocimiento de los elementos que forman el producto, se calcula el precio como se detalla a continuación.

b. Precio.

Para establecer las condiciones de precio, de manera que los ingresos permitan la recuperación de los costos de producción y comercialización. Se hará en función directa con los costos incurridos en cada producto de bisutería, para ello se hará uso del costo total más la utilidad deseada.

Se producirán 454 productos de bisutería cada 15 días, es decir 10,896 productos de bisutería anualmente. A continuación se presenta el detalle de los costos fijos y variables requeridos para la producción de 454 unidades quincenales de productos de bisutería, así como el precio de cada uno de los productos:

ii. Costos Variables.

Tabla 10: COSTOS VARIABLES QUINCENALES.

COSTOS VARIABLES PARA ELABORAR 454 PRODUCTOS QUINCENALES		
CATEGORÍA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO TOTAL DE MATERIALES
Prendería	11082	\$65.14
Fornituras	818	\$3.96
Hilos y Cordones	82	\$2.08
Empaque	454	\$57.61
Total		\$128.79

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

Tabla 11: COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO.

COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO.				
Producto.	Prendería.	Fornituras.	Hilos y cordones.	Empaque.
Collar	\$20.22	\$1.35	\$1.09	\$10.91
Pulsera	\$10.11	\$1.25	\$0.28	\$10.91
Anillo	\$30.67	\$0.0	\$0.71	\$17.89
Aritos	\$4.14	\$1.36	\$0.0	\$17.89

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

iii. Costos Fijos.

Tabla 12: COSTOS FIJOS.

Se estiman que son 454 productos elaborados cada 15 días.		
Costos Fijos.		
Costo.	Costo Quincenal.	Distribución por Unidad.
Luz	\$ 4.25	\$ 0.01
Teléfono	\$ 3.45	\$ 0.01
Alquiler	\$ 25.00	\$ 0.06
Depreciación	\$ 117.50	\$ 0.26
Sueldo	\$ 75.00	\$ 0.17
Total	\$ 225.20	\$ 0.50

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

Como se mencionó anteriormente para determinar el precio de venta de cada unidad de producto de bisutería al costo incurrido se le sumará la utilidad deseada; el margen de utilidad para los jóvenes es el 50%; considerado razonable para el equipo investigador ya que se recuperará la inversión y el trabajo que realizan los jóvenes obteniendo así utilidad.

Por lo que el costo unitario para cada producto de bisutería se especifica en el cuadro siguiente:

Tabla 13: PRECIO UNITARIO.

PRODUCTO.	CANTIDAD.	COSTO TOTAL POR PRODUCTO.	PRECIO UNITARIO.
Collar	86	\$33.57	\$1.33
Pulsera	86	\$23.05	\$1.15
Anillo	141	\$49.76	\$1.27
Aritos	141	\$23.90	\$1.00

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

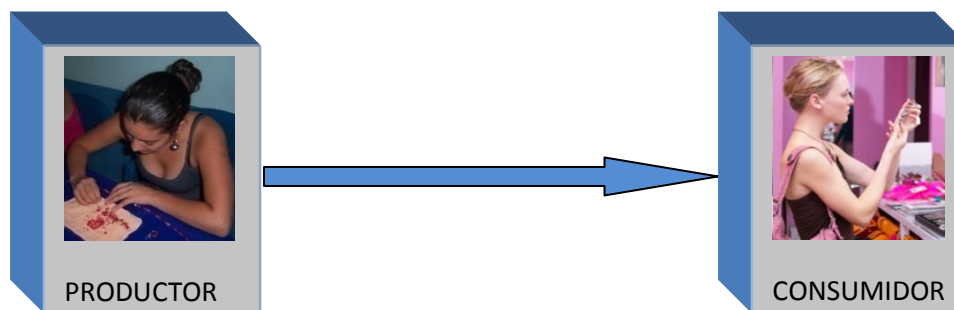
Al conocer el precio unitario de los productos en el mercado se hace necesario determinar la manera en que van a llegar los productos a los clientes lo cual se describe a continuación.

c. Plaza.

La manera en que se van a hacer llegar los productos hasta el consumidor es por medio del canal corto y del canal largo como se muestra a continuación:

i. Canal corto.

Ilustración 8: CANAL CORTO.



El canal corto es aquel donde el productor tiene contacto directo con el consumidor. Este caso es donde los clientes llegan directamente al establecimiento a adquirir los productos que

elaboran los jóvenes, lo cual los beneficia por que los productores tienen un trato directo con los clientes.

ii. Canal largo.

Ilustración 9: CANAL LARGO.



En el canal largo el productor vende sus productos al minorista (tiendas, bazares, entre otros), permitiendo que los productos lleguen a otros mercados.

Los canales de comercialización de los productos ayudan a que estos lleguen a los clientes, sin embargo para que los clientes los reconozcan y se posicionen en sus mentes es necesario hacer uso de la publicidad y promoción de los productos.

d. Promoción y Publicidad.

El objetivo primordial es dar a conocer los productos de bisutería a más consumidores en el municipio de La Reina y por consiguiente en los alrededores del mismo, para lograr el posicionamiento del producto de manera que los clientes fácilmente perciban diferenciación frente a los competidores, se desarrolla un Plan promocional y de esta forma lograr un lugar distintivo en el mercado y con el ánimo de modificar opiniones, actitudes, deseos y el comportamiento de compra.

Los objetivos que se persiguen en la fase de introducción de los productos, con el Plan promocional son:

- Dar a conocer el producto.
- Estimular la venta de los productos.
- Informar sobre las características distintivas del producto.
- Estimular a la prueba de los productos para dar a conocer de forma directa y personal los materiales que forman la pieza.
- Atraer a distribuidores minoristas.

Con los objetivos descritos anteriormente se describirán las estrategias que el Plan promocional conlleva.

i. Promoción.

Está enfocada a dar un incentivo adicional para que el cliente realice la compra del producto de manera inmediata, es decir a corto plazo, sin atentar contra la rentabilidad de la empresa. Por lo tanto para promocionar los productos se utilizarán las siguientes estrategias:

- Participar en las ferias del municipio y sus aledaños en actividades en las cuales se puede promocionar los productos.
- Establecer rebajas o regalías a los distribuidores minoristas de acuerdo a parámetros establecidos por las y los jóvenes emprendedores, siempre y cuando cumplan con lo siguiente: Por compras de altos volúmenes, lealtad de clientes exclusivos y por compras frecuentes.
- Al comprar cierta cantidad monetaria, se hará acreedor de un número para participar en rifas, esto se hará en temporadas, tales como: Día de los enamorados, día de la madre, fiestas del municipio, temporada navideña.
- Venta de accesorios alegóricos a las temporadas (religiosas, navideña).

ii. Publicidad.

Con el fin de hacerse notar y atraer nuevos compradores desarrollando así relaciones comerciales de largo plazo, se hará uso de las siguientes estrategias de publicidad:

● **Publicidad boca a boca.**

El medio más eficiente, es el producto en sí mismo, ya que al ofrecer un producto de muy buena calidad, se obtendrá la satisfacción consumidor y que este lo recomiende a otros.

Maneras de inducir el boca a boca: Saludo cordial, identificación de las necesidades primordiales del cliente, dar a conocer los atributos de los productos, generarle al cliente otra necesidad, despedida.

● **Medios impresos.**

Las y los jóvenes encargados de elaborar y comercializar los productos de bisutería, serán los encargados de llevar a cabo el proceso de comunicación, que buscará promover los productos a los consumidores e informar las características de estos, a través de la utilización de los siguientes medios impresos.

- ◆ **Tarjeta de presentación:** Las tarjetas de presentación serán distribuidas por los encargados de sala de venta, ya sea en las visitas de los clientes al lugar de venta, como también a la hora de contactar un posible distribuidor minorista. La tarjeta contiene la marca con su respectivo logo y slogan, la ubicación del lugar, los números de teléfono, e-mail, contactos de redes sociales, pagina web y una breve descripción de los productos que encontrará en el establecimiento.

Ilustración 10: TARJETA DE PRESENTACIÓN.



- ◆ **Tarjeta para regalo:** Esta tarjeta se utilizará cuando el cliente adquiera un producto para regalar; la cual lleva reflejada la marca y espacio de quien y para quien va dirigido el regalo.

Ilustración 11: TARJETA DE REGALO.



- ◆ **Banners:** Se hará uso de un banners publicitario de los productos, este permitirá la identificación del negocio, también tiene la función de potenciar la imagen a mostrar consiguiendo un mayor impacto emocional de la marca de los productos de una manera efectiva.

Ilustración 12: MODELO DE BANNERS.



- ◆ **Brochure:** Parte de las actividades comerciales para dar a conocer los productos, de manera directa, será la entrega de brochures a las personas en la plaza del municipio, al salir de una actividad juvenil, en las entradas de las escuelas, en una tienda mayorista en particular, en general a todos aquellos lugares donde asista nuestro público objetivo, esto dará lugar a anunciarse en las calles, con un mensaje breve y atractivo al lector y con un color atractivo.

Ilustración 13: MODELO DE BROCHURE.

AMATISTA BISUTERIA

Estos son algunos productos que te ofrecemos:

Aritos



Anillos



Pulseras



Collares



Y otros





Te ofrecemos productos de bisutería los cuales puedes dar como obsequio en nuestras cajas decorativas. Con nuestros productos tienes una muy buena opción de regalo.



Te estaremos esperando en nuestras instalaciones donde te atenderemos con cortesía y amabilidad.

Ven y conoce nuestros exclusivos productos, las ofertas que tenemos para ti a increíbles precios.




AMATISTA BISUTERIA

Plaza La Reina local # 3,
Municipio La Reina,
Departamento de Chalatenango,
Teléfono: 7882-6904
Correo: jovenesemprendedores.lareina@hotmail.es
Amatista Bisutería
@amatistabisuteria



Todos nuestros productos son elaborados a mano, por cada uno de los jóvenes que conformamos la mini empresa.

Cada uno de los productos que se elaboran son diferentes en colores, texturas y formas así como también en diseños.

Cada diseño se elabora con diferentes tipos de piedras semipreciosas.

Contamos con una gran gama de productos de bisutería en nuestro establecimiento no obstante elaboramos productos por encargo según catálogo.



La motivación nos impulsa a comenzar y el hábito nos permite continuar.

LOS JÓVENES EMPRENDEDORES



AMATISTA BISUTERÍA

Plaza La Reina local # 3,
Municipio La Reina,
Departamento de Chalatenango,
Teléfono: 7882-6904
Correo: jovenesemprendedores.lareina@hotmail.es
Amatista Bisutería
@amatistabisuteria

Te estamos esperando en:



**Elaboramos
productos de
bisutería**



Tel.: 7882-6904

- ◆ **Catálogo de productos:** Por otra parte se hará uso de un catálogo, para llegar a un segmento del público bien definido como lo son mujeres jóvenes y adultas, ofreciendo prestigio, credibilidad y calidad, se utilizará como un medio de larga vida, incluyendo fotos de los productos separados por líneas de productos (collares, aritos, pulseras, anillos, y más), con colores y frases de persuasión dentro de él.

Además se solicitará la colaboración de la Alcaldía Municipal del Municipio de La Reina, para que coloquen un espacio publicitario en su revista anual de las fiestas patronales.

Ilustración 14: MODELO DE CATÁLOGO.



Otros recursos publicitarios.

- **Radio local:** Se hará promoción en “Radio estéreo La Reina”, que es la radio local del municipio, haciendo uso de una cuña publicitaria, con la cual se trata de llegar a un número considerado de consumidores, con un mensaje sencillo y fácil de entender, que refleje los atributos de los productos y brinde confianza a los consumidores.
- **Redes Sociales:** La utilización de estos medios dará lugar a la transmisión de mensajes publicitarios y más aun fomentar la comunicación continua, como tal se creará el perfil en Facebook y en Twitter, como dos aliados estratégicos de venta, y de la identificación de los gustos y preferencias del consumidor final.

Este espacio permitirá mantener una conexión con sus integrantes a través de una cuenta activa (perfil), se colocará información general del negocio, como lo es el nombre del negocio, la marca que incluye el eslogan y logo, ubicación del negocio, frases de persuasión, tips de cuidados femeninos, tips de cuidados de accesorios, tips de accesorios y colores de temporadas, promociones, fotografías de productos, actividades de la comunidad, anuncios de eventos, lanzamientos de productos, y combinación de colores.

Este perfil permitirá al consumidor dar sus opiniones y sugerencias sobre lo que espera de los productos, para así identificar los factores clave que ayuden a dar mejor servicio y calidad en los productos.

Los integrantes de la red social serán de ambos sexos, ya que se buscará en el sexo masculino la finalidad de obsequio hacia la persona amada o en general, en cuanto a las mujeres como un accesorio que busca resaltar el estilo femenino.

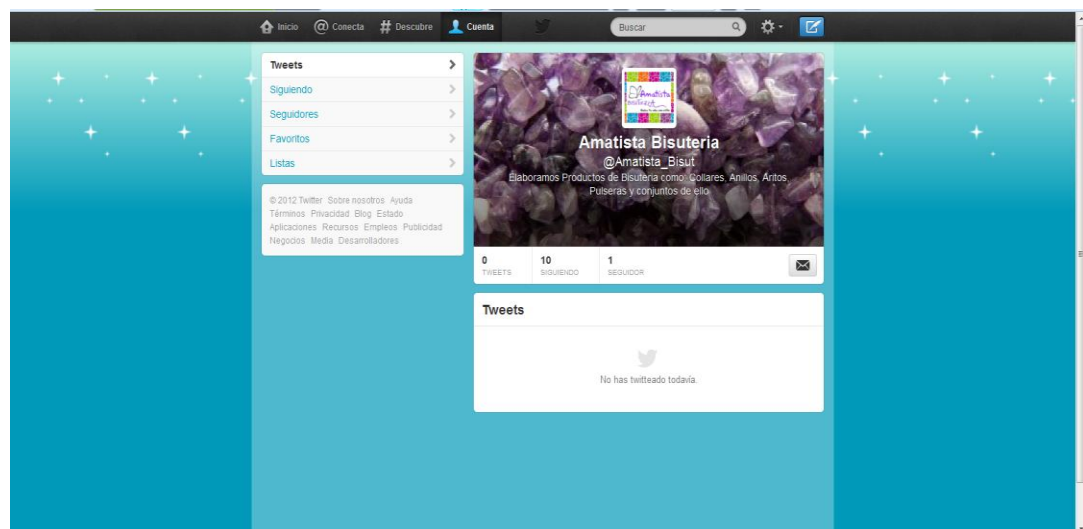
Además se incluirán clientes potenciales fuera del territorio salvadoreño y a distribuidores minoristas interesados en este tipo de productos.

Los administradores de los perfiles serán los representantes principales del negocio, por lo tanto serán los responsables de mantener actualizado el perfil sobre los nuevos productos, eventos, lanzamientos, en general.

Ilustración 15: MODELO DE PERFIL EN FACEBOOK.



Ilustración 16: MODELO DE PERFIL EN TWITTER.



iii. Presupuesto de Promoción y Publicidad.

El siguiente presupuesto incluye los costos asignados a la aplicación del Plan Promocional para el primer año de operaciones de la empresa.

Tabla 14: PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

EMPRENDEDORES JUVENILES LA REINA.					
PRESUPUESTO DE MATERIAL PUBLICITARIO.					
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2012.					
Concepto de publicidad	Descripción	Cantidad semestral	Valor unitario	Costo semestral	Costo anual
Tarjetas de Presentación.	Con medidas de 9cm de ancho por 5 cm de largo, tipo de papel folcote, cada semestre del año imprimir 100.	100	\$0.02	\$2.40	\$4.80
Brochure.	Impresas en papel bond base 20, desplegable de tres secciones.	250	\$0.20	\$50.00	\$100.00
Revista.	Impresas en papel coushe, de 11 hojas cada una, con impresión en tiro y retiro.	7	\$4.00	\$28.00	\$56.00
Banners.	Con medidas de 2mts. De ancho x 1m de alto, se colocara en la entrada del local	1	\$14.00	\$14.00	\$28.00
Cuña Radial	Lapso de 30 segundos 5 veces durante la programación, en los días de programación (lunes, viernes, sábado y domingo). Las cuñas sonaran veinte veces al mes intercalando los días.	120	\$0.50	\$60	\$120
Sub total					\$222.80
Imprevistos 10%					\$22.28
Total					\$245.08

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

4. Proveedores.

A través de la cotización en el mercado de los requerimientos de materia prima, de material publicitario, papelería y de mobiliario para el local; teniendo en cuenta sus precios, calidad de sus productos y la factibilidad de acceso a ellos, se han seleccionado los siguientes proveedores para llevar a cabo las diferentes actividades que requiere el negocio.

Tabla 15: PROVEEDORES.

PROVEEDORES.			
Descripción.	Proveedor.	Dirección.	Teléfono.
PROVEEDOR DE MATERIAL PUBLICITARIO			
Tarjetas de Presentación.	Solución digital.	Av. Juan Pablo II y 8ª Av. Norte, local 419-A frente a Tornicentro, San Salvador.	2221-5539
Revista.			
Banners.			
Viñetas.			
Brochure.	Ciber los Chinitos.	Paje. y Edificio Los Pinos, Av. Don Bosco, local #13 Nivel 1, San Salvador.	7614-5757
Cuña Radial.	Radio Estéreo La Reina.	Casa de la Cultura, municipio de la Reina, Chalatenango	2301-6674
PROVEEDOR DE MOBILIARIO Y EQUIPO.			
Vitrinas.	Vidriería Jerusalén.	Alam. Juan Pablo II y 2 Av. Nte. N° 502.	2222-6438
Espejo.			
Mostrador de collar.	Sosa Display.	6ta calle Poniente, Costado Sur del mercado Sagrado Corazón de Jesús, San Salvador.	7101-8516, 7852-8074
Mostrador de pulsera.			
Mostrador de anillos.			
Pines.			
Pinzas.	Bisutería Bonanza	Calle Rubén Darío, local 605, San Salvador.	2541-3084
PROVEEDOR DE EMPAQUE.			
Empaque para collares.	Imperio Oriental.	Av. España, Centro de San Salvador.	2271-5888
Empaque de pulsera y anillos.			
Cajas para regalo.			
PROVEEDOR DE MATERIA PRIMA			
Bisutería Bonanza.		Calle Rubén Darío, local 605, San Salvador.	2541-3084
D' Perlas.		Metrocentro, local #LC-3, 7ª etapa.	2266-2855
CUENTAS Y ABALORIOS.	HILOS Y CORDONES.	FORNITURAS.	OTROS.
Perlas.	Nylon elástico.	Cierres y terminales.	Argolla para llaveros.
Acrílico.	Cola de ratón.	Alfileres.	Cordón de celular.
Piedra quebrada.	Hilo de color.	Argollas.	Mosquetón para llavero.
Mostacilla.	Cuero trenzado.	Entre piezas.	
Cristal.	Hilo nylon.		
Concha nácar.	Hilo encerado.		
Cerámica, ágatas.	Gamuza.		
Murano.			

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

La preferencia de los clientes hacia el producto depende de una buena publicidad y de la atracción en si del producto mismo pero no se puede dejar de lado la ubicación de la planta y su adecuación para que este sea adquirido por los clientes. A continuación se presenta el plan de producción.

E. PLAN DE PRODUCCIÓN.

1. Ubicación de la Planta.

El local estará ubicado en Plaza La Reina que se encuentra en el Parque Central del Municipio de La Reina, Departamento de Chalatenango; esta plaza cuenta con total de 10 locales, cada uno de una planta, con cortinas de aluminio, cielo falso, piso de cerámica y baños públicos.

La planta estará ubicada en esta localización ya que es accesible para el mercado meta, por la disponibilidad de la mano de obra, se cuenta con energía, agua, y posee un clima agradable.

2. Capacidad instalada.

La capacidad instalada se mide de acuerdo a tres tipos los cuales se detallan a continuación:

a. Capacidad de diseño.

La capacidad de diseño es la producción teórica máxima que la microempresa alcanzaría bajo condiciones ideales.

Tabla 16: TIEMPO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

TIEMPO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS.	
Producto	Tiempo de elaboración
Collar	46 minutos
Pulsera	46 minutos
Anillo	28 minutos
Aritos	28 minutos

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

Capacidad de diseño para collares y pulseras:

$$\text{Capacidad de diseño} = \frac{\left(5 \frac{\text{dias}}{\text{sem}} * 1 \text{ turno por dia} * \frac{480 \text{ min}}{\text{turno}}\right) (2 \text{ semanas})}{46 \text{ min/unid}}$$

Capacidad de diseño collares = 104 unidades quincenales

Capacidad de diseño pulseras = 104 unidades quincenales

$$\text{Capacidad de diseño} = \frac{\left(5 \frac{\text{dias}}{\text{sem}} * 1 \text{ turno por dia} * \frac{480 \text{ min}}{\text{turno}}\right) (2 \text{ semanas})}{28 \text{ min/unid}}$$

Capacidad de diseño anillos = 171 unidades quincenales

Capacidad de diseño aritos = 171 unidades quincenales

b. Capacidad efectiva.

Es la capacidad que espera alcanzar la microempresa dadas las restricciones operativas. Es decir tomando en cuenta que se utilizan 540 minutos para compras de materiales y materia prima y tiempo ocioso.

$$\text{Capacidad efectiva} = \frac{\left(\left(5 \frac{\text{dias}}{\text{sem}} * 480 \frac{\text{min}}{\text{dia}}\right) (2 \text{ semanas}) - (540 \text{ min})\right)}{46 \text{ min/unidades}}$$

Capacidad efectiva collares = 92 unidades quincenales

Capacidad efectiva pulseras = 92 unidades quincenales

Capacidad efectiva anillos = 152 unidades quincenales

Capacidad efectiva aritos = 152 unidades quincenales

c. Capacidad real:

Es la producción real esperada tomando en cuenta los 300 minutos en concepto de ausentismo.

$$\text{Capacidad real} = \frac{4260 \frac{\text{min}}{\text{quincenales}} - 300 \text{ min/ quincenales}}{46 \text{ min/unidades}}$$

Capacidad real collares = 86 unidades quincenales

Capacidad real pulseras = 86 unidades quincenales

Capacidad real anillos = 141 unidades quincenales

Capacidad real aritos = 141 unidades quincenales

3. Maquinaria, Herramientas e Instalaciones.

Emprendedores Juveniles La Reina elabora sus productos de bisutería de manera manual lo cual quiere decir que no hacen uso de maquinaria para hacerlos, no obstante se hace necesario adquirir un kit de herramientas con las cuales elaboran los productos, además de la compra del equipo para la ambientación del negocio como la mesa de trabajo, sillas, estantes, etc.

A continuación se presenta el presupuesto de para la compra del mobiliario y equipo necesario lo cual se tomará de los \$2,000 que se tienen para iniciar el negocio.

Tabla 17: REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO.

REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO Y EQUIPO.				
MOBILIARIO/EQUIPO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Área de Producción y almacenaje				
Mesa de trabajo.	Para la elaboración de los accesorios, se requiere de una mesa larga colocada en forma de L, para ahorrar espacio.	1	\$30.00	\$30.00
Sillas plásticas.	Se requieren de 6 sillas para las y los jóvenes que estén elaborando los productos.	6	\$5.00	\$30.00
Estantes.	Estantes de madera, para la colocación de materia prima y producto terminado.	1	\$40.00	\$40.00
Repisas.	Las repisas, ahorraran espacio, están hechas de tablas de madera, sujetadas con escuadras.	1	\$10.00	\$10.00
Kit de herramientas.	Básicas para la elaboración de los accesorios.	6	\$1.80	\$10.80
Total área de almacén y producción.				\$120.80
Área de Ventas.				
Espejos.	Estos darán la impresión de que el lugar es más grande.	2	\$2.00	\$4.00
Vitrinas de 2 metros	Para la colocación de accesorios.	2	\$195.00	\$390.00
Mostradores de collares.	Para la exhibición de los collares.	2	\$10.00	\$20.00
Mostradores de pulseras.	Para la exhibición de las pulseras.	1	\$12.00	\$12.00
Mostradores de anillos.	Para la exhibición de los anillos.	1	\$8.00	\$8.00
Total área de ventas.				\$434.00

Área de Cobros				
Sillas plásticas.	La utilizará la persona encargada de facturación	1	\$5.00	\$5.00
Calculadora.	Para el cálculo de la compra	1	\$5.00	\$5.00
Papelería y útiles.	Para rotular, entre otros usos	1	\$5.00	\$5.00
Total de área de cobros.				15.00
Sub total.				\$569.80
Imprevistos 10%				\$56.98
Total.				\$626.78

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

4. Distribución en Planta.

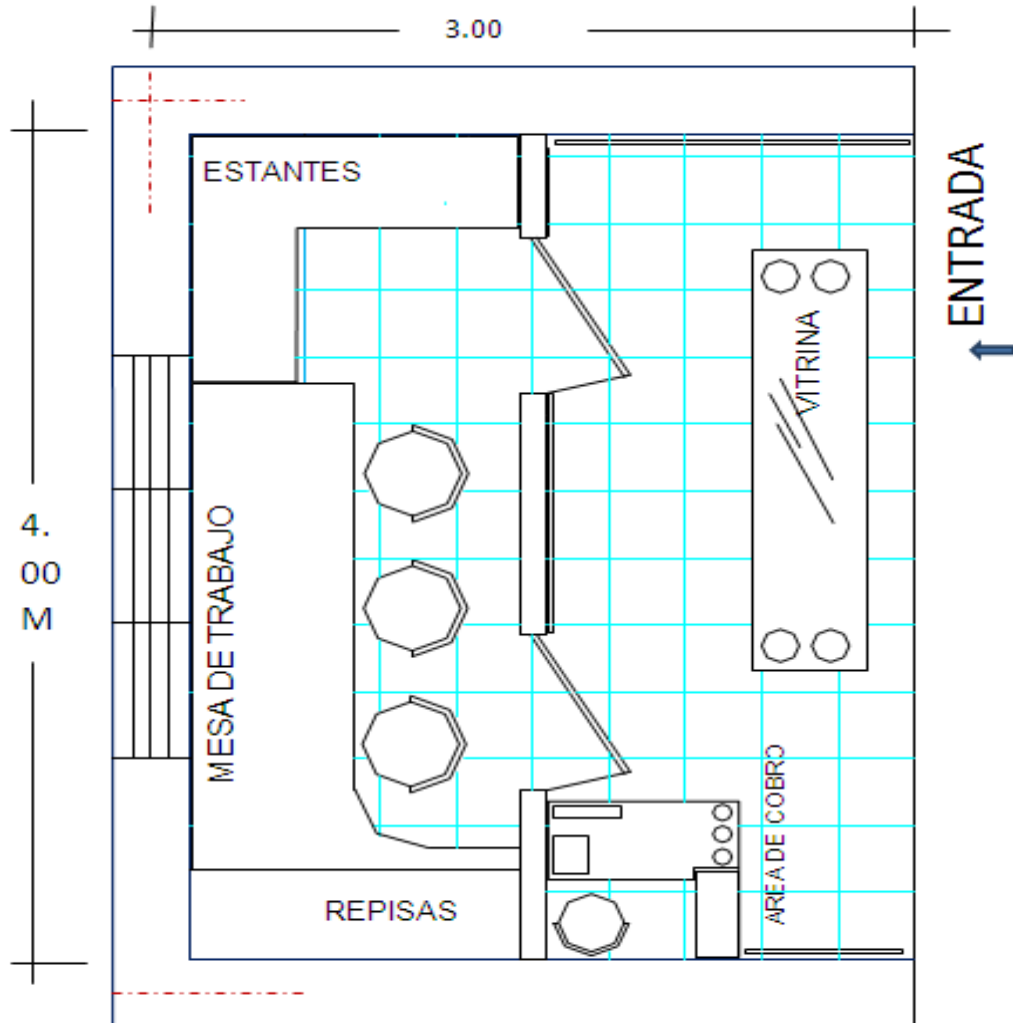
Para la distribución del espacio se han tomado las siguientes áreas principales.

- **Área de ventas:** Estará ubicada en la parte frontal con acceso al pasillo principal de la plaza, en donde los consumidores tendrán contacto visual y físico con los productos, contará con exhibidores de los accesorios, vitrinas y espejos. Las tonalidades de colores son morados para hacer alusión a la marca, la decoración del lugar será de acuerdo a la época con toques delicados de realce femenino.
- **Área de Elaboración:** Estará ubicada al lado derecho, separado por una división y estará compuesta por dos mesas de trabajo, 8 toallas, cuatro kit de herramientas, 4 sillas, 4 organizadores de piedras, estantes para colocación de productos en proceso debidamente identificados, de acuerdo a las líneas de productos, papelería y útiles necesarios para esta actividad. En esta área se colocará la viñeta al producto para ser trasladado al área de bodega.
- **Bodega de materia prima y producto terminado:** Este espacio estará junto al área de elaboración permitiendo que el flujo de traslado de materia prima y productos terminados para esta área sea más factible, contará con estantes, organizadores de piedras, papelería y útiles necesarios para esta área.
- **Área de cobros:** Estará ubicada al lado izquierdo, este espacio contará con un cubículo para cobros, calculadoras, papelería y útiles necesarios.

Después de una breve descripción se muestra cada una de las áreas antes mencionadas en el flujograma que se presenta a continuación. Además especificar que la entrada al local es amplia debido a que la puerta es una cortina metálica, permitiendo una mejor vistosidad al interior del local y sin lugar a dudas de los productos que se ofrecen.

5. Distribución física.

Ilustración 17: DISTRIBUCION EN PLANTA.



6. Proceso de producción.

Descripción del procedimiento propuesto.

En la microempresa Emprendedores Juveniles La Reina, los productos que se elaboran son: Collares, pulseras, anillos y aritos; los principales pasos para su elaboración son los siguientes:

Paso 1:

Principalmente consiste en determinar cuáles son los materiales que se van a utilizar para la elaboración del producto.

Así como cortar el nylon requerido ya sea para collar, pulsera o anillo de acuerdo a las diferentes medidas que se van a necesitar, teniendo en cuenta el mercado al que van dirigidos los productos.

Paso 2:

Teniendo cada uno de los materiales que se van a utilizar se empiezan a unir todas las partes es decir que, primero se hace el bosquejo de cómo quedaría la pieza sin insertar los materiales en el nylon o pin (en el caso de los aritos), haciendo la combinación de colores y posición de las piedras, luego se empieza a armar.

Paso 3:

Finalmente ya terminada la pieza, se lleva a la sección de empaque y almacenaje, en donde se colocan los productos en su empaque y se les coloca la viñeta para que finalmente sea almacenado.

Proceso para la elaboración de collares y pulseras.

1. Tratamiento del nylon (base para los productos).

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.
- d) Cortar el nylon.

2. Tratamiento de las piedras.

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.

3. Tratamiento de las grapas.

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.

4. Tratamiento de los broches.


























- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.






5. Unión de las partes.






Cuando se tienen los materiales en la mesa de trabajo se empieza a unir las partes.












- a) Se elabora el bosquejo, es decir cómo va a quedar el producto.
- b) Se insertan las piedras en el nylon.
- c) Se insertan y cierran las grapas.
- d) Se colocan los broches.
- e) Se inspecciona la pieza para asegurar que las grapas estén bien cerradas y que no lleve sobrantes de nylon.
- f) Se lleva a sección de empaque y almacenaje.
- g) Se empaca y se le coloca la viñeta.
- h) Se almacena el producto terminado.












Tabla 18: CURSOGRAMAS ANALÍTICOS PARA ELABORAR COLLARES Y PULSERAS.






CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO															
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento Nylon o Hilo. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 1										
					HOJA Nº 1 DE 1										
										RESUMEN					
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA						
						Operaciones		1	0						
						Transporte		1	0						
						Demoras			0						
						Inspección		1	0						
						Almacenajes		1	0						
					DISTANCIA										
TIEMPO					5 min.		0								
TOTAL							4			0					
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.															
APROBADO: Equipo de Trabajo.															
FECHA: Diciembre de 2012.															
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES					
1	Material en bodega.														
2	Inspección de materiales.			2											
3	Llevar a mesa de trabajo.			1											
4	Cortar el Nylon o Hilo.			2											

SÍMBOLO.	NOMBRE.	DESCRIPCIÓN.
	Operación.	Se utiliza cuando se modifican o transforman los materiales. Ejemplo: Cortar el hilo, colocar las piedras, colocar las grapas, entre otros.
	Transporte.	Indica el desplazamiento o movimiento ya sea de los materiales o del producto terminado. Ejem. Llevar las piezas a la mesa de trabajo, llevar los productos al estante o la bodega.
	Demora.	Cuando se hacen pausas breves para elaborar el producto.
	Inspección.	Es cuando se verifica que los materiales o los productos estén bien elaborados o en buen estado. Ejem: Revisar que las piedras no estén dañadas o que un collar no lleve sobrantes de nylon.
	Almacenaje	Indica el lugar donde se encuentran guardados los materiales y el lugar donde se va a guardar el producto terminado (collares, pulseras, anillos, etc.)

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO										
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento de las piedras. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 2					
					HOJA Nº 1 DE 1					
					RESUMEN					
					ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA		
					 Operaciones		1	0		
					 Transporte		1	0		
					 Demoras			0		
					 Inspección		1	0		
					 Almacenajes		1	0		
					DISTANCIA					
TIEMPO										
TOTAL										
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.										
APROBADO: Equipo de Trabajo.										
FECHA: Diciembre de 2012.										
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES
1	Material en bodega.				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2	Inspección de materiales.			2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Seleccionar las piedras.			3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO												
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento de las grapas. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 3							
					HOJA Nº 1 DE 1							
					RESUMEN							
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA			
						Operaciones			0			
						Transporte		1	0			
						Demoras			0			
						Inspección		1	0			
						Almacenajes		1	0			
					DISTANCIA							
TIEMPO			3 min.	0								
TOTAL			3	0								
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.												
APROBADO: Equipo de Trabajo.												
FECHA: Diciembre de 2012.												
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES		
1	Material en bodega.				<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>				
2	Inspección de materiales.			2	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>				

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO															
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento de los broches. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 4										
					HOJA Nº 1 DE 1										
					RESUMEN										
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA						
						Operaciones			0						
						Transporte		1	0						
						Demoras			0						
						Inspección		1	0						
						Almacenajes		1	0						
					DISTANCIA										
TIEMPO			3 min.	0											
TOTAL			3	0											
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.															
APROBADO: Equipo de Trabajo.															
FECHA: Diciembre de 2012.															
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES					
1	Material en bodega.				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
2	Inspección de materiales.			2	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO											
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Unión de las partes ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>				GRÁFICA Nº 4							
				HOJA Nº 1 DE 1							
				RESUMEN							
				ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA			
					Operaciones		4				
					Transporte		1				
					Demoras						
					Inspección		1				
					Almacenajes		1				
				DISTANCIA							
TIEMPO			29 min.								
TOTAL			7								
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.											
APROBADO: Equipo de Trabajo.											
FECHA: Diciembre de 2012.											
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES	
1	Elaboración del bosquejo.			6	●	⇨	D	□	▽		
2	Insertar las piedras en el nylon o hilo.			10	●	⇨	D	□	▽		
3	Insertar y cerrar las grapas.			3	●	⇨	D	□	▽		
4	Colocar los broches.			2	●	⇨	D	□	▽		
5	Inspeccionar la pieza.			2	○	⇨	D	■	▽		
6	Llevar a sección de empaque y almacenaje.			2	○	⇨	D	□	▽		
7	Empacar y colocar viñeta.			4	●	⇨	D	□	▽		
8	Almacenar.				○	⇨	D	□	▽		

Proceso para la elaboración de anillos.**1. Tratamiento del nylon (base para los productos).**

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.
- d) Cortar el nylon.

2. Tratamiento de las piedras.













- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Seleccionar las piedras.
- d) Llevarlo a la mesa de trabajo.














3. Unión de las partes.


































Cuando se tienen los materiales en la mesa de trabajo se empieza a unir las partes.

- a) Se elabora el bosquejo, es decir cómo va a quedar el producto.
- b) Se insertan las piedras en el nylon.
- c) Amarrar el nylon.
- d) Se inspecciona la pieza para asegurar que el nylon esté bien amarrado y que no lleve sobrantes de nylon.
- e) Se lleva a sección de empaque y almacenaje.
- f) Se empaca y se le coloca la viñeta.
- g) Se almacena el producto terminado.

Tabla 19: CURSOGRAMA ANALÍTICO PARA ELABORAR ANILLOS.

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO										
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento del nylon. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 1					
					HOJA Nº 1 DE 1					
					RESUMEN					
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA	
						Operaciones		1	0	
						Transporte		1	0	
						Demoras			0	
						Inspección		1	0	
						Almacenajes		1	0	
					DISTANCIA					
TIEMPO			4 min.	0						
TOTAL			4	0						
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.										
APROBADO: Equipo de Trabajo.										
FECHA: Diciembre de 2012.										
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES
1	Material en bodega.				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Inspección de materiales.			2	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
5	Cortar el nylon			1	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO														
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento de las piedras. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 2					HOJA Nº 1 DE 1				
					RESUMEN									
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA					
						Operaciones		1	0					
						Transporte		1	0					
						Demoras			0					
						Inspección		1	0					
						Almacenajes		1	0					
					DISTANCIA									
					TIEMPO			5 min.	0					
TOTAL			4	0										
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.														
APROBADO: Equipo de Trabajo.														
FECHA: Diciembre de 2012.														
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES				
1	Material en bodega.				<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>						
2	Inspección de materiales.			2	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>						
3	Seleccionar las piedras.			3	<input checked="" type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>						
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>						

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO														
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Unión de las partes. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 3									
					HOJA Nº 1 DE 1									
					RESUMEN									
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA					
						Operaciones		4						
						Transporte		1						
						Demoras								
						Inspección		1						
						Almacenajes		1						
					DISTANCIA									
TIEMPO					19 min.									
TOTAL					7									
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.														
APROBADO: Equipo de Trabajo.														
FECHA: Diciembre de 2012.														
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES				
1	Elaboración del bosquejo.			4				<input type="checkbox"/>						
2	Colocar las piedras en el nylon.			7				<input type="checkbox"/>						
3	Amarrar el nylon.			1				<input type="checkbox"/>						
5	Inspeccionar la pieza.			2				<input checked="" type="checkbox"/>						
6	Llevar a sección de empaque y almacenaje.			1				<input type="checkbox"/>						
7	Empacar y colocar viñeta.			4				<input type="checkbox"/>						
8	Almacenar.							<input type="checkbox"/>						

Proceso para la elaboración de aritos.**1. Tratamiento del pin (base para los productos).**

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.

2. Tratamiento de las piedras.

- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Seleccionar las piedras.
- d) Llevarlo a la mesa de trabajo.

3. Tratamiento del aza.










- a) Material en bodega.
- b) Revisar el material para determinar si se encuentra en buenas condiciones.
- c) Llevarlo a la mesa de trabajo.






4. Unión de las partes.

Cuando se tienen los materiales en la mesa de trabajo se empieza a unir las partes.












- a) Se elabora el bosquejo, es decir cómo va a quedar el producto.
- b) Se colocan las piedras en el pin.
- c) Cerrar el pin.
- d) Colocar el aza.
- e) Se inspecciona la pieza para asegurar que el pin y el aza estén bien cerrados.
- f) Se lleva a sección de empaque y almacenaje.
- g) Se empaca y se le coloca la viñeta.
- h) Se almacena el producto terminado.






































Tabla 20: CURSOGRAMA ANALÍTICO PARA ELABORAR ARITOS.

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO										
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento del pin. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 1					
					HOJA Nº 1 DE 1					
					RESUMEN					
					ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA	
						Operaciones		1	0	
						Transporte		1	0	
						Demoras			0	
						Inspección		1	0	
						Almacenajes		1	0	
					DISTANCIA					
TIEMPO						3 min.	0			
TOTAL							4	0		
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.										
APROBADO: Equipo de Trabajo.										
FECHA: Diciembre de 2012.										
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES
1	Material en bodega.				<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Inspección de materiales.			2	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO					
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento de las piedras. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>		GRÁFICA Nº 2			
		HOJA Nº 1 DE 1			
		RESUMEN			
		ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA
		 Operaciones		1	0
		 Transporte		1	0
		 Demoras			0
		 Inspección		1	0
		 Almacenajes		1	0
		DISTANCIA			
TIEMPO			6 min.		
TOTAL			4		
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.					
APROBADO: Equipo de Trabajo.					
FECHA: Diciembre de 2012.					

Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES
1	Material en bodega.				<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2	Inspección de materiales.			2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Seleccionar las piedras.			3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO										
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Tratamiento del aza. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>					GRÁFICA Nº 3					
					HOJA Nº 1 DE 1					
					RESUMEN					
					ACTIVIDAD	ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA		
					 Operaciones		1	0		
					 Transporte		1	0		
					 Demoras			0		
					 Inspección		1	0		
					 Almacenajes		1	0		
					DISTANCIA					
TIEMPO			3 min.	0						
TOTAL			4	0						
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.										
APROBADO: Equipo de Trabajo.										
FECHA: Diciembre de 2012.										
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES
1	Material en bodega.				<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>		
2	Inspección de materiales.			2	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	Llevar a mesa de trabajo.			1	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>		

CURSOGRAMA ANALITICO/DIAGRAMA DEL PROCESO													
PIEZA , HOMBRE EMPRESA: ACTIVIDAD: Unión de las partes. ACTUAL: <input type="checkbox"/> PROPUESTA: <input checked="" type="checkbox"/>				GRÁFICA Nº 4									
				HOJA Nº 1 DE 1									
				RESUMEN									
				ACTIVIDAD		ACTUAL	PROPUESTO	DIFERENCIA					
					Operaciones		4						
					Transporte		1						
					Demoras								
					Inspección		1						
					Almacenajes		1						
				DISTANCIA									
TIEMPO			16 min.										
TOTAL			7										
PREPARADA POR: Equipo de Trabajo.													
APROBADO: Equipo de Trabajo.													
FECHA: Diciembre de 2012.													
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DISTANCIA (mts)	TIEMPO (min.)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	INSPECCIÓN	ALMACENAJE	OBSERVACIONES			
1	Elaboración del bosquejo.			2				<input type="checkbox"/>					
2	Colocar las piedras en el pin.			3				<input type="checkbox"/>					
3	Cerrar el pin.			2				<input type="checkbox"/>					
5	Colocar el aza.			2				<input type="checkbox"/>					
6	Inspeccionar la pieza.			2				<input checked="" type="checkbox"/>					
7	Llevar a sección de empaque y almacenaje.			1				<input type="checkbox"/>					
8	Empacar y colocar viñeta.			4				<input type="checkbox"/>					
9	Almacenar.							<input type="checkbox"/>					

Para que la microempresa Emprendedores Juveniles La Reina pueda iniciar sus actividades de comercialización en el mercado se necesita tener en cuenta las proyecciones financieras que se detallan a continuación.

F. FINANZAS.

1. Balance Inicial.

Tabla 21: BALANCE INICIAL.

EMPRENDEDORES JUVENILES LA REINA.			
BALANCE GENERAL INICIAL.			
Al 31 de enero de 2012.			
Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 1,373.22	PASIVO CORRIENTE	\$ -
Caja	\$ 1,373.22	Proveedores	
		Impuestos por pagar	
		PASIVO NO CORRIENTE	\$ 500.00
ACTIVO NO CORRIENTE	\$626.78	Préstamo a corto plazo	\$ 500.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 626.78	PATRIMONIO NETO	\$ 1,500.00
		Capital social	\$ 1,500.00
		Utilidades de ejercicios anteriores	
TOTAL ACTIVO	\$ 2,000.00	TOTAL PASIVO	\$ 2,000.00

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

2. Presupuestos.

a. Presupuesto de materia prima.

Tabla 22: PRESUPUESTO DE MATERIALES EN UNIDADES.

EMPRENEDORES JUVENILES LA REINA.			
Presupuesto de materiales en unidades.			
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2012.			
Categoría.	Sub. Categoría.	Unidad de medida.	Requeridas.
Prendería.	Perlas de plástico.	Libras	127
	Acrílico.	Libras	127
	Piedra picada.	Libras	148
	Mostacilla.	Libras	19
	Cristal.	Libras	127
	Cuentas de madera.	Libras	140
Fornituras.	Cierres.	Kilos	3
	Grapas.	Kilos	3
	Alfileres.	Kilos	2
	Enganches de pendientes.	Kilos	2
	Tubos.	Kilos	1
Hilos y cordones.	Elástico.	Metros	1
	Nylon.	Metros	9
	Hilo acerado de color.	Metros	11
	Encerado.	Metros	1
Empaque.	Empaque para anillo, pulsera y aritos.	Ciento	88
	Empaque para collar.	Ciento	21
	Caja de regalo.	Ciento	1
	Viñetas.	Pliego (25 unid.)	400

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

b. Presupuesto de materiales en dólares.

Tabla 23: PRESUPUESTO DE MATERIALES EN DÓLARES.

EMPRENEDORES JUVENILES LA REINA					
Presupuesto de materiales en dólares					
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2012.					
Categoría.	Sub. Categoría.	Unidad de medida.	Requeridas.	Precio unitario por unidad de medida.	Total.
Prendería.	Perlas de plástico.	Libras	127	\$1.00	\$127.00
	Acrílico.	Libras	127	\$6.00	\$762.00
	Piedra picada.	Libras	148	\$1.15	\$170.20
	Mostacilla.	Libras	19	\$2.00	\$38.00
	Cristal.	Libras	127	\$1.50	\$190.50
	Cuentas de madera.	Libras	140	\$2.00	\$280.00
Fornituras.	Cierres.	Kilos	3	\$13.00	\$39.00
	Grapas.	Kilos	3	\$7.00	\$21.00
	Alfileres.	Kilos	2	\$16.00	\$32.00
	Enganches de pendientes.	Kilos	2	\$18.00	\$36.00
	Tubos.	Kilos	1	\$18.00	\$18.00
Hilos y cordones.	Elástico.	Metros	1	\$1.00	\$1.00
	Nylon.	Metros	9	\$4.50	\$40.50
	Hilo acerado de color.	Metros	11	\$1.00	\$11.00
	Encerado.	Metros	1	\$2.75	\$2.75
Empaque.	Empaque para anillo, pulsera y aritos.	Ciento	88	\$6.50	\$572.00
	Empaque para collar.	Ciento	21	\$7.50	\$157.50
	Caja de regalo.	Ciento	1	\$42.00	\$42.00
	Viñetas.	Pliego	400	\$ 1.50	\$600.00
Sub total.					\$3,140.45
Imprevistos 10%					\$314.05
Total.					\$3,454.50

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

c. Presupuesto de mano de obra.

Tabla 24: PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA.

JÓVENES EMPRENDEDORES DE LA REINA.			
Presupuesto de mano de obra.			
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2012.			
Mano de obra.	Quincenal.	Mensual.	Anual.
Sueldo.	\$ 75.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Total	\$ 75.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

d. Presupuesto de Gastos indirectos de Fabricación.

Tabla 25: PRESUPUESTO DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.

Presupuesto gastos indirectos de fabricación.		
Gasto.	Mensual.	Anual.
Luz.	\$ 8.49	\$ 101.88
Teléfono.	\$ 6.89	\$ 82.68
Subtotal.	\$ 15.38	\$ 184.56
Imprevistos 10%	\$ 1.54	\$ 18.46
Total.	\$ 16.92	\$ 203.02

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

e. Presupuesto de Gastos de Administración y venta.

Tabla 26: PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA.

Presupuesto de gastos de administración y venta.			
Gasto.	Quincenal	Mensual	Anual
Sueldos	\$ 75.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Publicidad		\$ 20.42	\$ 245.08
Alquiler	\$ 25.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Subtotal	\$ 100.00	\$ 214.37	\$ 2,645.08
Imprevistos 5%	\$ 5.00	\$ 10.72	\$ 132.25
Total	\$ 105.00	\$ 225.09	\$ 2,777.33

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

3. Inversión Inicial.

Para la puesta en marcha del negocio es indispensable la adquisición de maquinaria y equipo tanto de producción como de sala de ventas, así como también la utilización de medios publicitarios. Por lo que es importante contar con un capital de inicio que represente el dinero necesario para mantener en marcha las operaciones diarias del negocio.

a. Capital de inversión.

Se retoma la información del presupuesto del requerimiento del mobiliario y equipo.

Tabla 27: INVERSIÓN INICIAL.

Inversión inicial.	
Requerimiento.	Monto.
Adquisición de mobiliario y quipo.	\$ 569.80
Sub total.	\$ 569.80
Imprevistos 10%	\$ 56.98
Total	\$ 626.78

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

b. Fuentes de financiamiento.

Tabla 28: FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Fuentes de financiamiento.	
Financiamiento disponible.	Monto.
Capital Propio	\$ 1,500.00
Prestamos familiares	\$ 500.00
Total financiamiento	\$ 2,000.00

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

Como principales fuentes de financiamiento se tendrán: El préstamo proporcionado por los familiares de los jóvenes, con los cuales se acordará que el dinero será pagadero en un plazo de 10 meses, además cada uno de los 7 integrantes del negocio harán un aporte de \$215 cada uno, haciendo un total de \$ 1,500.

Después de detallar la inversión necesaria requerida para poner en funcionamiento el negocio se detalla el excedente que se obtendría.

Excedente = Total de financiamiento – Total de inversión

Excedente = \$ 2,000.00 - \$ 626.78

Excedente = \$ 1,326.22

Este excedente corresponde al capital disponible para el inicio de las actividades de producción y publicidad del negocio después de haber realizado todas las inversiones y los gastos inherentes a la puesta en marcha del negocio.

4. Ventas Proyectadas.

Las ventas proyectadas son obtenidas de la multiplicación de las unidades vendidas en un mes por el costo de cada unidad.

A continuación se presenta el cuadro de las ventas proyectadas para un mes.

Tabla 29: INGRESOS POR VENTAS MENSUALES.

Ingresos por ventas mensuales.			
Productos.	Cantidad mensual.	Costo por unidad.	Venta mensual.
Collar.	172	\$ 1.33	\$ 228.68
Pulsera.	172	\$ 1.15	\$ 197.12
Anillo.	282	\$ 1.27	\$ 359.11
Aritos.	282	\$ 1.00	\$ 281.51
Total.	908		\$ 1,066.43

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

Las ventas proyectadas para un año son las siguientes:

Tabla 30: INGRESOS POR VENTAS ANUALES.

Ingresos por ventas anuales.			
Productos.	Cantidad anual.	Precio por unidad.	Venta anual.
Collar.	2,064	\$ 1.33	\$ 2,744.22
Pulsera.	2,064	\$ 1.15	\$ 2,365.40
Anillo.	3,384	\$ 1.27	\$ 4,309.38
Aritos.	3,384	\$ 01.00	\$ 3,378.16
Total.	10,896		\$ 12,797.15

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

5. Estado de Resultados.

Tabla 31: ESTADO DE RESULTADOS.

EMPREDEDORES JUVENILES LA REINA.	
ESTADO DE RESULTADOS.	
Del 01 de enero al 31 de diciembre 2012.	
Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.	
Ventas totales	\$ 12,797.15
(-) Costo de ventas	\$ 5,460.03
Costo de materiales	\$ 3,457.02
Costo de Mano de Obra	\$ 1,800.00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 203.02
(=)Utilidad bruta	\$ 7,337.12
(-) Gastos de operación	\$ 3,000.78
(=)Utilidad de operación	\$ 4,336.34
(-) Otros gastos de operación	\$ 500.00
(=)Utilidad de operación	\$ 3,836.34

FUENTE: Realizado por el equipo de investigación.

6. Balance General.

Tabla 32: BALANCE GENERAL.

EMPREDEDORES JUVENILES LA REINA.			
Balance general al 31 de diciembre de 2012.			
Expresado en dólares de los Estados Unidos de América.			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
	\$ 4,944.56		\$ -
Caja	\$4,817.78	Proveedores	
Bancos		Impuestos por pagar	
Inventario de materia prima	\$126.78		
ACTIVO NO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
	\$391.78		\$ -
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 626.78	Préstamo a corto plazo	\$ -
Depreciación	\$ 235.00	PATRIMONIO NETO	\$5,336.34
		Capital social	\$1,500.00
		Utilidades del ejercicio	\$3,836.34
TOTAL ACTIVO	\$5,336.34	TOTAL PASIVO	\$5,336.34

7. Flujo de Caja.

Tabla 33: FLUJO DE CAJA.

EMPRENEDORES JUVENILES LA REINA PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2012.													
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALDO INIC. CAJA	\$ 1,373.22	\$ 1,076.63	\$ 1,404.30	\$ 1,734.50	\$ 2,064.69	\$ 2,394.88	\$ 2,725.07	\$ 3,055.27	\$ 3,385.46	\$ 3,715.65	\$ 4,045.84	\$ 4,426.04	\$ 1,373.22
VENTAS	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 1,066.43	\$ 12,797.15
TOTAL DE INGRESOS	\$ 2,439.65	\$ 2,143.06	\$ 2,470.73	\$ 2,800.93	\$ 3,131.12	\$ 3,461.31	\$ 3,791.50	\$ 4,121.70	\$ 4,451.89	\$ 4,782.08	\$ 5,112.27	\$ 5,492.47	\$ 14,170.37
EGRESOS													
COSTOS VARIABLES	\$ 287.87	\$ 290.39	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 287.87	\$ 3,457.02
GASTOS DE VENTA Y ADMINISTRACION	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 231.44	\$ 2,777.33
PRESTAMO A CORTO PLAZO	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00			\$ 500.00
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 16.92	\$ 203.02
INVERSION INICIAL	\$ 626.78												\$ 626.78
MANO DE OBRA	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
TOTAL DE EGRESO	\$ 1,363.02	\$ 738.76	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 736.24	\$ 686.24	\$ 686.24	\$ 9,364.15
FLUJO NETO DE CAJA	\$ 1,076.63	\$ 1,404.30	\$ 1,734.50	\$ 2,064.69	\$ 2,394.88	\$ 2,725.07	\$ 3,055.27	\$ 3,385.46	\$ 3,715.65	\$ 4,045.84	\$ 4,426.04	\$ 4,806.23	\$ 4,806.23

8. Indicadores financieros.

a. Margen de utilidad.

Margen de Utilidad	Utilidad Neta		
	Ventas		
Margen de Utilidad	\$ 3,580.38	=	0.30
	\$ \$ 11,816.51		

Según el cuadro anterior por cada dólar vendido se genera \$0.30 de utilidad.

b. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio que se presenta a continuación permite ver qué cantidad de producto la microempresa Emprendedores Juveniles La Reina, tendría que vender para lograr utilidades, además de indicar cuál es la cantidad en la que se obtienen pérdidas y en cual no se pierde ni se gana.

Tabla 34: FORMULA PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Punto de equilibrio
Ventas = Costos Variables Totales + Costos Fijos + Utilidad
Vts= Cvt +CF +cero
Q *Pv= Q*Cv unitario +CF

Tabla 35: INFORMACIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

	Collares	Pulseras	Anillos	Aritos
Pv=	\$ 1.33	\$ 1.15	\$ 1.27	\$ 1.00
Cv unitario=	\$ 0.33	\$ 0.26	\$ 0.35	\$ 0.17
CF=	\$1,023.82	\$1,023.82	\$1,678.58	\$1,678.58
PE=	?	?	?	?

Tabla 36: PUNTO DE QUILIBRIO EN UNIDADES POR PRODUCTO.

Producto.	Punto de equilibrio en unidades por producto.
Collares	$\$1.33 Q = \$0.33Q + \$1,023.82$ $\$1.00 Q = \$1,023.82$ Q = 1,025 Unidades
Pulseras	$\$ 1.15 Q = \$ 0.26Q + \$1,023.82$ $\$0.88 Q = \$1,023.82$ Q =1,158 Unidades
Anillos	$\$ 1.27 Q = \$ 0.35Q + \$1,678.58$ $\$0.92Q = \$1,678.58$ Q = 1,817 Unidades
Aritos	$\$ 1.00Q = \$ 0.17Q + \$1,678.58$ $\$0.83 Q = \$1,678.58$ Q = 2,017 Unidades

Tabla 37: PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES POR PRODUCTO.

Q *Pv= Q*Cv unitario +CF	
Punto de equilibrio en dólares por producto.	
PE\$ =	CF 1-(Cvu/Pv)
PE\$ Collar=	\$ 1,362.29
PE\$ Pulsera=	\$ 1,327.57
PE\$ Anillo=	\$ 2,313.33
PE\$ Aritos=	\$ 2,013.29

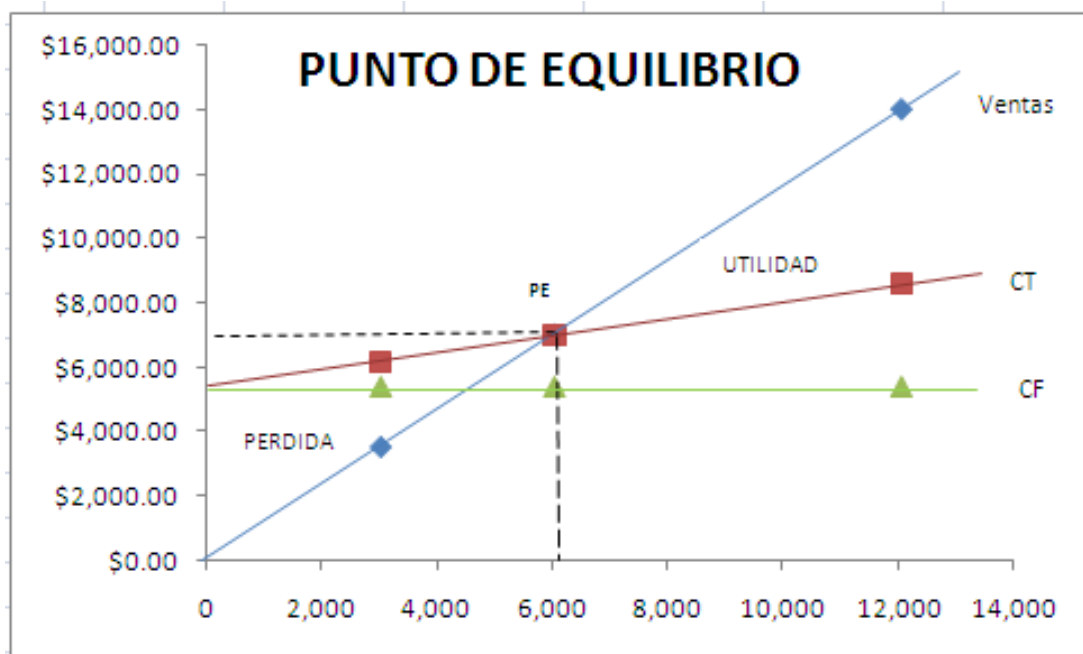
Punto de equilibrio total	
PE unitario	PE \$
6,016	\$ 7,016.47

Tabla 38: ESTADO DE RESULTADOS PARA DIFERENTES CANTIDADES A VENDER.

Estado de resultados según las diferentes unidades a vender.				
Unidades a vender	0	3,008	6,016	12,033
Ventas	0	\$ 3,508.24	\$ 7,016.47	\$ 14,032.95
(-) CVT	0	\$ 805.84	\$ 1,611.67	\$ 3,223.35
(=) Margen de Contrib.	0	\$ 2,702.40	\$ 5,404.80	\$ 10,809.60
(-) CF	\$ 5,404.80	\$ 5,404.80	\$ 5,404.80	\$ 5,404.80
(=) Utilidad de Operación		(\$ 5,404.80)	\$ (2,702.40)	\$ -

Unidades	3,008	6,016	12,033
Ventas	\$ 3,508.24	\$ 7,016.47	\$ 14,032.95
CT	\$ 6,210.64	\$ 7,016.47	\$ 8,628.15
CF	\$ 5,404.80	\$ 5,404.80	\$ 5,404.80

Ilustración 18: GRÁFICA PUNTO DE EQUILIBRIO.



9. Evaluación del proyecto.

a. Valor actual neto y Tasa interna de retorno.

Tabla 39: TASAS DE DESCUENTO E INVERSIÓN.

Tasa de descuento anual	18.00%
Inversión	\$ (2,000.00)
Tasa de descuento mensual	1.50%

Tabla 40: FLUJO DE CAJA PARA CALCULAR EL VAN Y LA TIR.

Meses.	Flujo neto de caja.
	\$ (2,000.00)
1	\$ 1,085.87
2	\$ 1,422.78
3	\$ 1,762.22
4	\$ 2,101.65
5	\$ 2,441.08
6	\$ 2,780.51
7	\$ 3,119.95
8	\$ 3,459.38
9	\$ 3,798.81
10	\$ 4,138.24
11	\$ 4,527.68
12	\$ 4,917.11

VAN = \$29,651.70

TIR = 76%

La propuesta de inversión es rentable ya que el valor de los flujos de caja traídos al presente es mayor que la inversión inicial por lo tanto indica que se puede realizar dicha inversión.

La tasa de descuento que iguala los flujos de caja con la inversión inicial es mayor que la tasa de descuento utilizada en el VAN por lo tanto el proyecto es rentable. Además le permitirá a cualquier institución financiera o a un nuevo socio evaluar la propuesta en caso de solicitar crédito.

Con la finalización del presente capítulo el cual es el desarrollo del plan de negocios, se espera que sea de ayuda para los jóvenes emprendedores del municipio de La Reina, que son apoyados por la Organización no Gubernamental PLAN INTERNACIONAL, para que dichas personas puedan formar una microempresa y de esta forma puedan crecer como tal.

G. BIBLIOGRAFÍA.

a. LIBROS.

- Bittle R. Lester y Ramsey E. Jackson.
Enciclopedia del Administrador, Editorial OCEANO, México: Mc Graw Hill, inc. 1998.
- Borello, Antonio.
El Plan de Negocios. Ediciones Díaz de Santos, Madrid España 1994
- Cabrerizo Dumont, María del Mar y Naveros Arrabal, José Antonio,
Plan de Negocios: Dirección y Gestión de Empresas.
Editorial Vértice 2009.
- Castillo, Edgar M.Sc. / Quesada, Carlos MBA.
Manual de Capacitación para emprendimientos Rurales, San José, enero 2011.
- Diccionario de la Real Academia Española.
Vigésima Segunda Edición.
- Galindo Ruíz, Carlos Julio.
Manual para la creación de empresas: Guía de planes de negocios.
Ecoe, ediciones 2004 Colombia.
- González Salazar, Diana M.
Plan de Negocios para emprendedores al éxito: Metodología para el desarrollo de nuevos negocios. Mc Graw-Hill, 2007. México, Distrito Federal
- Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J.
Negocios. Séptima edición, PEARSON EDUCACIÓN, México 2005.
- Kotler, Philip.
Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, México, Editorial Prentice Hall. Año 1996.

- Longenecker, Moore & Petty.
Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor”. Editorial Thomson, 13 edición.
- Muñiz, Luis.
Guía práctica para mejorar un plan de negocio: como diseñarlo, implantarlo y evaluarlo. Editorial PROFIT, Barcelona 2010.
- Muñoz Campos, Roberto.
“La Investigación Científica paso a paso”, 4 Ed. El Salvador. Talleres Gráficos UCA, 2009.
- Sampieri , Roberto Hernández
Metodología de la investigación, México: Mc Graw Hill, 2010, 5ª edición.
- Ramon Ruiz,
“El Método Científico y sus Etapas”, México, 2007.

b. TRABAJOS DE GRADUACIÓN.

- Chinchilla Centeno, Elba Raquel; González Cedillos, Gloria Estela.
Plan de negocios para generar demanda de chocolate artesanal elaborado por artesanos del municipio de Concepción de ataco dirigido a tiendas y mercados Municipales de la ruta turística denominada " ruta de Las flores" (2011).
Trabajo de investigación, Universidad de El Salvador, El salvador.
- Canales Argueta, Yolanda Marisol; Chávez Rodríguez, Adriana Mirella; Rodríguez Romero, Edwin Alexander.
“Diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización nacional e internacional de artículos de decoración de interiores elaborados con materiales reutilizables” (2012).
- Orantes García José Rigoberto y Pérez López Johny Arquímedes.
Propuesta de un plan de negocios en la asociación cooperativa de aprovisionamiento y producción agropecuaria el jícaro de R.L. para la transformación y comercialización de pez de tilapia y camarón de agua dulce.2006.
Trabajo de investigación, Universidad de El Salvador, El salvador.

c. LEYES.

- Constitución de La República, Decreto Legislativo N° 38, Diario Oficial N° 234, Tomo N° 281, Fecha 16/12/1983.
- Convención sobre los Derechos del Niño, adoptada y abierta a la firma y ratificación por la Asamblea general en su resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989, Entrada en vigor: 2 de septiembre de 1990.
- Ley de Asociaciones y fundaciones sin Fines de Lucro.
Decreto Legislativo N° 894, fecha 21 de noviembre de 1996, Diario Oficial 238, Tomo 333.
- Recomendación sobre los programas especiales de empleo y de formación para los jóvenes, con miras al desarrollo. RECOMENDACIÓN: R136. Lugar: Ginebra, Sesión de la Conferencia: 54, Fecha de adopción: 23/06/1970.
- Recomendación relativa a las condiciones generales para fomentar la creación de empleos en las pequeñas y medianas empresas. RECOMENDACIÓN: R189. Lugar: Ginebra, sesión de la Conferencia: 86, Fecha de adopción: 17/06/1998.

d. OTROS.

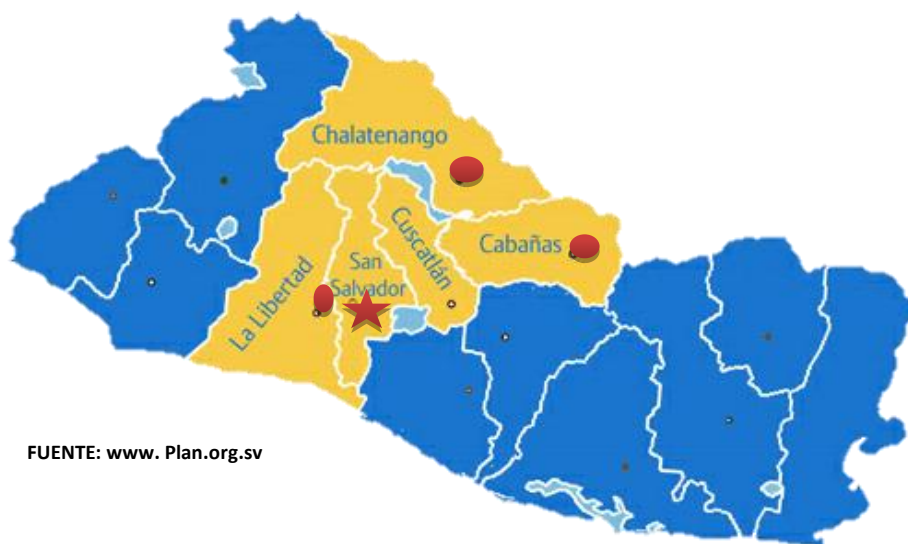
- Marco de Referencia y Líneas Programáticas.
Programa de Seguridad Económica Familiar.
PLAN INTERNACIONAL, OFICINA REGIONAL PARA LAS AMERICAS.
- Plan de inversión municipal 2011, Alcaldía Municipal del municipio La Reina.
- PLAN, Unidad de Programas de Chalatenango.
- PLAN EN EL SALVADOR.
<http://www.plan.org.sv/> (04 -07-2012, 10:00 am).
- <http://www.un.org/es/documents/udhr/> (05-07-2012,9:00am).

- <http://emprendedor.com.sv>, según GEM (Global Entrepreneurship Monitor)(05-07-2012,9:50 am).
- <http://prouniversitarios.com/emprendimientos/el-emprendedor-%C2%BFnace-o-se-hace/> (05-07-2012, 11:16 am).
- <http://misterempresa.wordpress.com/2011/11/30/los-distintos-tipos-de-emprendedores/> (05-07-2012, 2:30 pm).
- <http://www.oij.org>, (Organización Iberoamericana de la Juventud) (05-07-2012, 10:55 pm).
- <http://www.laprensagrafica.com/economia/nacional/174055-emprededurismo-en-el-salvador.html> (06-07-2012, 10:10 am).
- <http://www.laprensagrafica.com/lo-del-dia-edi/265298-plan-promovera-el-emprededurismo-.html> (06-07-2012, 3:40 pm).
- <http://tubisuteria.com.ve/funciones-de-la-bisuteria> (09-07-2012, 9:00 am).
- http://www.conamype.gob.sv/capacitacion/plan_de_negocios.html (23-07-2012, 8:30 am).
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/morales_o_j/capitulo2.pdf (24-07-2012, 7:12am).
- <http://definicion.de/plan/> (16/10/2012, 08:19 pm).

H. ANEXOS.

ANEXO 1


MAPA DE UBICACIÓN DE OFICINAS DE PLAN EN EL SALVADOR.




FUENTE: [www. Plan.org.sv](http://www.Plan.org.sv)


MUNICIPIOS EN QUE PLAN EL SALVADOR INTERVIENE CON SUS PROGRAMAS

<p>28 Municipios</p> 	Agua Caliente	San Fernando	Nueva Trinidad	La Palma
	Cítala	San Isidro Labrador	San Antonio de la Cruz	Nombre de Jesús
	El Paraíso	Santa Rita	San Francisco Morazán	Ojos de Agua
	La Reina	Arcatao	San José Cancasque	San Antonio los Ranchos
	Nueva Concepción	Dulce Nombre de María	Tejutla	San Ignacio
	Potonico	La Laguna	Chalatenango	San José las Flores
	Arcatao	Las Vueltas	El carrizal	Comalapa

<p>14 Municipios</p> 	Colón	Huizúcar
	Jayaque	Zaragoza
	Puerto de la Libertad	San José Villanueva
	Tamanique	San Pablo Tacachico
	Comasagua	Ciudad Arce
	San Juan Opico	Nuevo Cuscatlán
	San Matías	Santa Tecla

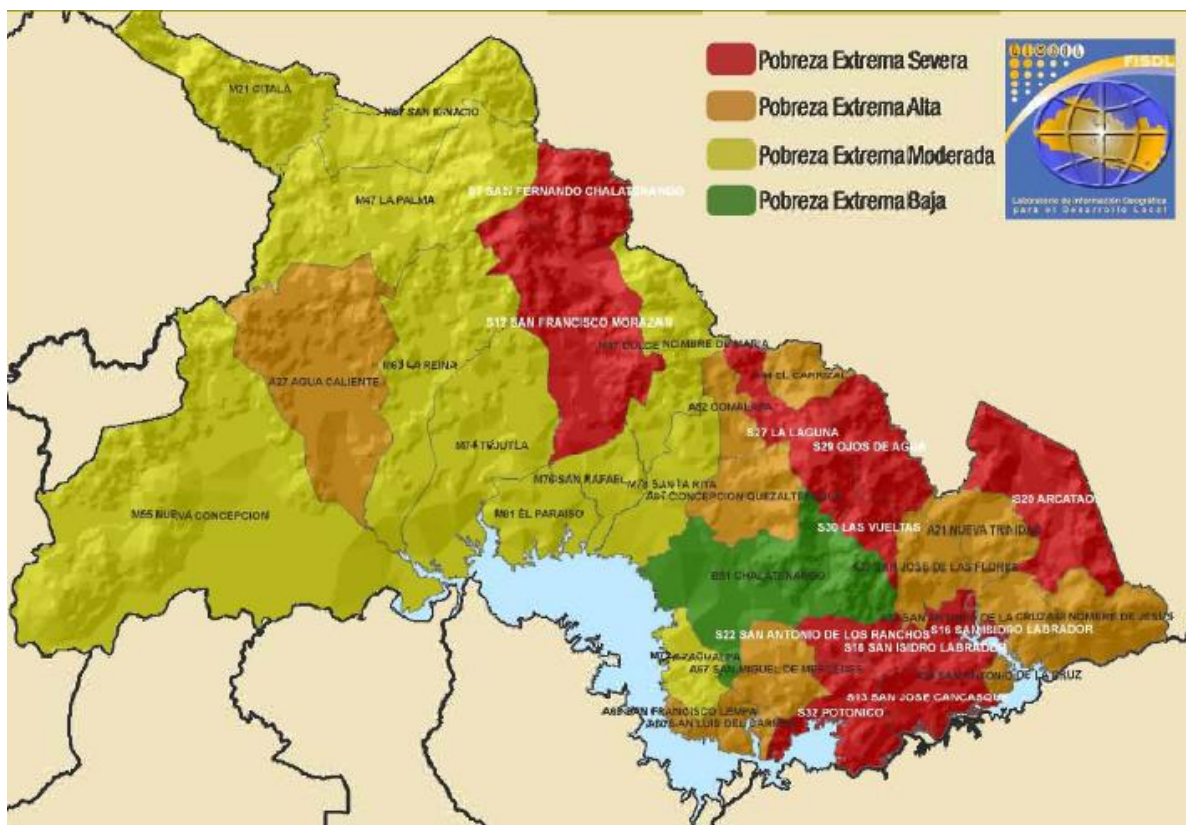
<p>6 Municipios</p> 	Santo Tomás
	Santiago Texacuango
	Panchimalco
	El Paisnal
	Rosario de Mora
	San Marcos

<p>7 Municipios</p> 	Ciudad Dolores
	Jutiapa
	Sensuntepeque
	Guacotecti
	Ilobasco
	Tejutepeque
	San Isidro

<p>7 Municipios</p> 	Suchitoto
	El rosario
	San Ramón
	Cojutepeque
	San Cristóbal
	El Carmen
	San Rafael Cedros

ANEXO 2

CLASIFICACIÓN DE MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO POR CONDICIÓN DE POBREZA EXTREMA.⁴³



Pobreza extrema severa.

1. San Fernando
2. Cancasque
3. San Isidro Labrador
4. San Francisco Morazán
5. Arcatao
6. San Antonio Los Ranchos
7. La Laguna
8. Ojos de Agua
9. Las Vueltas
10. Potonico

Pobreza extrema alta.

1. El carrizal
2. Las Flores
3. Agua Caliente
4. Comalapa
5. Concepción Quezaltepeque
6. Nombre de Jesús
7. Nueva Trinidad
8. San Antonio La Cruz
9. San Francisco Lempa
10. San Luis Del Carmen
11. San Miguel de Mercedes

Pobreza extrema moderada.

1. Citalá
2. Azacualpa
3. Dulce Nombre de María
4. La Palma
5. San Ignacio
6. El Paraiso
7. La Reina
8. Nueva Concepción
9. San Rafael
10. Santa Rita
11. Tejutla

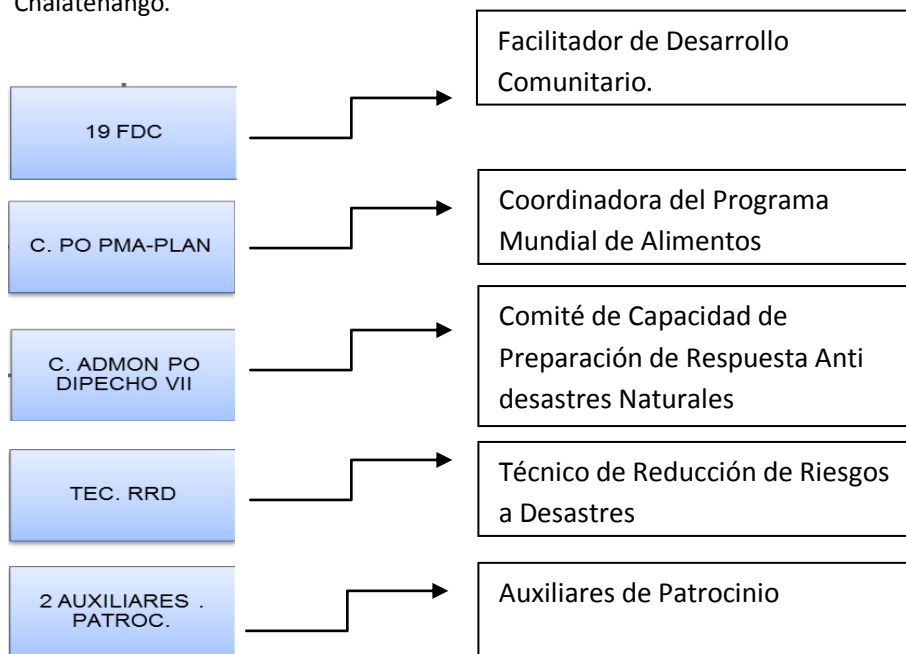
Pobreza extrema baja.

1. Chalatenango

⁴³ Mapa de pobreza: Política Social y Focalización, Tomo I/ FLACSO. Programa El Salvador, primera edición, San Salvador, El Salvador, FIDSL 2005

ANEXO 3.

Significado de algunas partes del organigrama de PLAN INTERNACIONAL, Unidad de Programas de Chalatenango.



El programa DIPECHO, cuyo objetivo se concentra en fortalecer las capacidades de respuesta de las comunidades más vulnerables que viven en zonas propensas a catástrofes originadas en amenazas naturales, incluye medidas de preparación sencillas implementadas con un alto grado de participación por parte de las comunidades. Son formulados como iniciativas pilotos que pueden ser replicadas y retomadas por otros actores como las autoridades nacionales, locales y otros donantes y sirven como instrumento de primera respuesta en caso de emergencia.

El nuevo Plan de Acción se centrará, entre otros, en:

- Fortalecimiento de los comités locales y municipales de Protección Civil.
- Realización de obras de apoyo a infraestructuras de emergencia.
- Pequeñas obras de mitigación con carácter demostrativo.
- Desarrollo de mapas de riesgos y elaboración de planes de contingencia con una activa y directa participación de las comunidades beneficiarias.
- Implementación de sistemas de alerta temprana.
- Organización de campañas de sensibilización de la población.
- Actividades de Educación en el tema de Preparación ante Desastres en las escuelas.

ANEXO 4.

FORMATO DE PLAN DE NEGOCIOS SEGÚN CONAMYPE.

ESTRUCTURA	CONTENIDO
1. RESUMEN EJECUTIVO	<ul style="list-style-type: none">• Estado de la empresa• Productos y servicios• Visión, misión, y valores
II. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	<ul style="list-style-type: none">• Nombre de la empresa• Historia• Situación Legal• Propietarios• Ubicación• Estado de desarrollo• Situación económica o financiera• Productos y servicios• Patentes y licencias
3. CONCEPTO DEL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none">• Sus fortaleza más importantes,• Su experiencia,• Tecnología,• Recursos disponibles
4. MISIÓN DE LA EMPRESA	
5. MERCADO OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Producto o servicio.• Clientes.
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none">• Producto o servicio demandado por el mercado.• Cantidad de producto o servicio es• Competencia,• Precio actual del producto o productos sustitutos.

<p>7. ESTUDIO TÉCNICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades reales de venta del producto o servicio, • La producción y venta (definir los recursos necesarios, humanos, tecnológicos, materiales, equipo, legales, entre otros) • Procesos que se requieren
<p>8. RECURSOS NECESARIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción técnica del producto. • Proceso productivo. • Mano de obra necesaria. • Maquinaria y equipo. • Transporte. • Costo del producto. • Instalaciones.
<p>9. ESTUDIO FINANCIERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión de bienes tangibles • Costos necesarios para iniciar el negocio como: pago de licencias, constitución de la empresa, marcas, diseños comerciales, capacitación del personal, pago de algún tipo de estudio. • Inversión en capital de trabajo
<p>10. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto de ingresos y gastos • Los instrumentos financieros • Presupuesto de ingresos • Presupuesto de gastos • Inversiones • Flujo de caja • Estados de pérdidas y ganancias • Balances • Estado de fuentes y usos

ANEXO 5.

**FORMATO DE PLAN DE NEGOCIOS DEL LIBRO ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS:
ENFOQUE EMPRENDEDOR.**

<p>I. PORTADA.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Nombre, domicilio, número de teléfono, direcciones electrónicas.b. Logotipo.c. Nombres, puestos, direcciones y número de teléfonos de los propietarios claves.d. Fecha de emisión del plan de negocios.e. Número de ejemplar.f. Nombre de la persona que lo preparó.	<p>VII. PLAN ADMINISTRATIVO.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Estructura organizacionalb. Manual de puestos.c. Equipo administrativod. Recursos humanos.e. Formas legales de la organizacional
<p>II. RESUMEN EJECUTIVO</p> <p>III. MISIÓN Y VISIÓN</p> <p>IV. PANORÁMA GENERAL DE LA EMPRESA.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Historiab. Naturaleza y actividades del negocioc. Objetivos de la empresad. Valores de la empresae. competencia distintivaf. Forma de Organización	<p>VIII. PLAN OPERACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none">a. Instalacionesb. Personalc. Materia Primad. Requerimientos y procedimientose. Equipos y/o herramientas.f. Controles de calidad.
<p>V. PLAN DE PRODUCTOS O SERVICIOS.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Identificación de características innovadoras.b. Descripción del producto y/o servicio.c. Patentes. <p>VI. PLAN DE MARKETING.</p> <ul style="list-style-type: none">a. Perfil del consumidor.b. Los beneficios de un nuevo producto.c. Análisis de la Competencia y demanda.d. Estrategia de mercadotecnia y posicionamiento.e. Métodos de Promoción y publicidad.f. Plan de distribución.g. Plan de precios.	<p>IX. PLAN FINANCIERO</p> <ul style="list-style-type: none">a. Estados pro forma.b. Indicadores financieros.c. Posibles activos.d. Estados contables.e. Proyecciones financieras.f. Balance General.g. Cash Flow o Flujos de efectivo.



ANEXO 6.
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES QUE ELABORAN
PRODUCTOS DE BISUTERÍA DEL MUNICIPIO DE LA REINA, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO

Presentación: Somos estudiantes egresadas de la carrera de administración de empresas de la Universidad de El Salvador, y el propósito de este cuestionario es recolectar información para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Objetivo: Evaluar la situación actual en que se encuentran los jóvenes emprendedores que elaboran productos de bisutería obteniendo información que permita el diseño del plan de negocios.

Indicaciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una x la (as) opción (es) según su criterio estime conveniente y complete cuando sea necesario.

I. DATOS GENERALES:

1. Edad: 14-18 años 19-23 años 24 a más
2. Género: Hombre : Mujer:
3. Estado Civil: Soltero(a) Acompañado(A) Casado(a)
4. Nivel educativo: Básico Bachiller Técnico Universitario

II. CONTENIDO.

5. ¿Qué tipos de producto elaboran?
6. ¿Qué productos vende más?
7. ¿A quiénes van dirigidos los productos?
a) Empleados b) estudiantes c) comerciantes
d) Otros, especifique _____
8. ¿Quiénes de las siguientes opciones compran más los productos?
a) Niños b) Jóvenes c) Adultos
9. ¿Qué factores considera usted que influyen en sus clientes para adquirir los productos de bisutería?
a) Precio b) Calidad c) Tamaño d) Buena atención
e) Variedad de formas, colores, texturas f) Ubicación de la tienda
h) Todas las anteriores

10. ¿Qué hace para que sus clientes prefieran sus productos?
- a) Nuevos diseños b) Precios accesibles c) Empaque y nombre llamativo
d) Nuevos productos
11. ¿Cómo han dado a conocer sus productos?
- a) Ferias b) Utilización de medios publicitarios escritos (carteles, volantes)
c) Por medio de sus vecinos, familiares y amigos d) Todas las anteriores.
12. ¿De dónde obtiene los materiales y herramientas para la elaboración de bisutería?
- a) Distribuidor local b) Distribuidor de otro departamento
c) Otro (especifique), _____
13. De qué forma registra las entradas y salidas de dinero en su negocio.
14. ¿Cuánto ingreso percibe de sus ventas mensualmente?
- a) Entre \$10 a \$30 b) Entre \$31 a \$50 c) Entre \$51 a \$70
d) Entre \$71 a \$90 e) De \$91 a más
15. Los ingresos generados por la venta, que porcentaje de ganancias tiene?
- a) 0.5% b) 1.0% c) 2.5% d) 5% e) 10% f) Otros _____
16. En promedio de cuanto son los costos incurridos mensualmente.
- a) Entre \$5 a \$15 b) Entre \$20 a \$30 c) Entre \$35 a \$45
d) Entre \$50 a \$60 e) Entre \$70 a \$80 f) De \$90 más
17. Cuales considera Ud. Que son las limitantes para establecer un crecimiento de su negocio de forma rentable.
- a) Falta de Conocimiento b) Falta Tiempo
c) Falta de Asesoría Técnica d) Falta de Financiamiento
e) Otro, (especifique) _____
18. ¿Cuál de las siguientes herramientas contables conoce?
- a) Balance General. b) Estado de resultado. c) Flujo de caja.
d) Ninguna de las anteriores.

19. ¿Cuáles de los siguientes valores identifican a su negocio?
- a) Respeto b) Responsabilidad c) Honestidad d) Liderazgo
e) Disciplina f) Aprendizaje continuo g) todas las anteriores.
20. ¿De qué forma realiza las actividades de comercialización y producción de los productos de bisutería?
- a) De forma Individual b) De forma Grupal
21. ¿Hay más establecimientos de bisutería en el municipio aparte del de ustedes?
- a) Si b) No
22. ¿Cómo ha contribuido la creación de su negocio en el bienestar familiar?
23. ¿Cuál de las siguientes opciones de fuentes de financiamiento considera que le son accesibles?
- a) Bancos b) Cooperativas c) Ahorros propios d) Por medio de familiares
24. Considera de gran ayuda la formación proporcionada por Plan El Salvador para elaborar sus productos.
- a) Si b) No

El propósito de realizar la recolección de esta información es la realización de un Plan de Negocios para impulsar un proyecto emprendedor, que se dedica a la producción y comercialización de bisutería.

Muchas Gracias por su valiosa colaboración

N° de la encuesta _____

Lugar y fecha de la encuesta _____



ANEXO 7.
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENTREVISTA DIRIGIDA A:

A los responsables de la ejecución de la línea de acción programática de “Emprendedurismo” en el municipio de la Reina, departamento de Chalatenango.

I. OBJETIVO: Obtener información que permita conocer la situación actual de los coordinadores responsables de la ejecución de la línea de acción programática “Emprendedurismo”. Dicho lo anterior permitirá la elaboración del diseño de un Plan de Negocios y del crecimiento de la micro-empresa productora y comercializadora de productos de bisutería elaborados con materiales no preciosos.

II. PRESENTACIÓN: Somos estudiantes egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad de El Salvador, y que estando en el proceso de elaboración del trabajo de graduación, solicitamos de su valiosa colaboración, con el fin de elaborar un PLAN DE NEGOCIOS. Razón por la cual contestando de una forma más real posible las preguntas que se formulan.

Los datos recolectados de esta investigación son para fines estrictamente académicos, por lo que garantizamos la confidencialidad de la información brindada.

DATOS ESPECIFICOS.

1. ¿Cuáles son los principales objetivos del programa Seguridad Económica Familiar (SEF) que ejecuta la institución a beneficio de los jóvenes emprendedores?
2. ¿Cuáles son los criterios y características que toman en cuenta para seleccionar la comunidad donde se ejecutaran el programa SEF?
3. ¿Cuántas personas (coordinadores) están asignados a la ejecución del programa SEF, en el municipio de la Reina, con los jóvenes emprendedores?

4. Dentro del programa como coordinador, ¿Qué papel juega en la enseñanza impartida a las y los jóvenes emprendedores?
5. ¿Cuáles son las principales dificultades que afrontan al desarrollar el programa con los jóvenes emprendedores, del municipio de la Reina?
6. ¿Cuál es el tiempo de duración de la formación técnico vocacional con los jóvenes?
7. podrá responder usted a las demandas de los jóvenes emprendedores y al medio que lo rodea, en cuanto a los temas administrativos para la puesta en marcha de un negocio.
8. ¿Qué solución propone para cumplir con las expectativas de los emprendimientos juveniles?

DATOS DE APOYO DE INSTITUCIONES AJENAS A PLAN (FINANCIERAMENTE COMO TECNICAMENTE).

9. Cuentan con personal técnico capacitado por parte de alguna institución ajena a PLAN, para las aéreas que actualmente desarrolla la línea de acción “Emprendedurismo” y ¿Qué tipo de asistencia brinda estos capacitadores del programa a los jóvenes emprendedores del municipio de la Reina?
10. ¿Cada cuánto usted es capacitado en temas administrativos, específicamente en la puesta en marcha de un negocio?

DATOS DE LOGROS POR PARTE DE LOS COORDINADORES Y CAPACITADORES.

11. ¿Cuántas iniciativas de negocio esperan apoyar con la línea de acción programática “Emprendedurismo”?
12. De las microempresas creadas por las y los jóvenes emprendedores. ¿Cuántas han tenido éxito?

13. ¿De qué manera es monitoreada la ejecución de los emprendimientos de las y los jóvenes en el municipio de la Reina?
14. ¿Cómo se miden las metas de los coordinadores y capacitadores de los programas?
15. ¿Cómo se miden los logros de las y los jóvenes emprendedores?
16. Se le ha dado seguimiento a los emprendimientos económicos realizados por las y los jóvenes del municipio de la Reina. ¿Qué tipo de seguimiento?

DATOS FINANCIEROS.

17. Los jóvenes son los que absorben todos los gastos en cuanto a materiales, herramientas, capital de inicio, etc



ANEXO 8.
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



Guía para la observación del establecimiento donde se elaboran los productos de bisutería.

Presentación: Somos estudiantes egresadas de la carrera de administración de empresas de la Universidad de El Salvador, y el propósito de esta guía es recolectar información para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Objetivo: Observar el establecimiento donde se están trabajando actualmente los productos de bisutería que son elaborados por los jóvenes del municipio de La Reina, y que la información recopilada sustente lo encontrado con las otras técnicas.

Criterios evaluados.	Excelente.	Muy bueno.	Bueno.	Malo.	No observado	Comentarios
1. Hay suficiente iluminación en el lugar de trabajo.						
2. Posee las herramientas necesarias para trabajar.						
3. Hay suficiente ventilación en el lugar de trabajo.						
4. Los productos son innovadores.						
5. Poseen un lugar adecuado para colocar los productos terminados.						
6. En el municipio existen otros establecimientos que vendan productos de bisutería.						
7. Poseen un empaque para vender sus productos.						
8. Poseen una marca que los identifiquen.						
9. Tienen variedad de productos.						
10. Poseen un catálogo de productos.						
11. Tienen ofertas.						

12. Tiene publicidad acerca de sus productos en el lugar.						
13. Poseen un nombre llamativo.						
14. Poseen maniquís para los juegos de bisutería.						
15. En las vitrinas el producto está colocado adecuadamente.						
16. Los productos poseen viñeta de precio.						