

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



**PLAN DE FORMACIÓN FINANCIERA PARA MUJERES
EMPRENDEDORAS DE LA ZONA SUR DE USulután, MUNICIPIO DE
JIQUILISCO-BAJO LEMPA.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

LETICIA DE JESÚS VENTURA HERNÁNDEZ
JAIME ABDUL GÓMEZ GUEVARA

VH96011
GG03097

PARA OPTAR AL GRADO DE

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

MARZO 2022

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR
CENTRO AMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
SECRETARIO GENERAL : LICENCIADO CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MAESTRO NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
VICEDECANO : MAESTRO MARIO WILFREDO CRESPIÓN ELÍAS
SECRETARIA : LICENCIADA VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LICENCIADO EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ
TRIBUNAL EXAMINADOR : MAESTRO JUAN VICENTE ALVARADO RODRÍGUEZ
MAESTRO EFRAIN ANTONIO RIVAS GARCÍA
MAESTRO JONNY FRANCISCO MERCADO CARRILLO

MARZO 2022

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

Agradecimientos

A Dios por haber proveído el don de vida, sabiduría, disciplina, acompañándonos en el proceso de estudio, cuidándonos y dándonos fortaleza para continuar.

A mi hijo Julio César A. Ventura por su comprensión, cariño, apoyo incondicional, por motivarme y acompañarme constantemente a realizar mis sueños y a superar nuevos retos.

A mi madre y hermanos, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y apoyarme en mis sueños y logro de proyectos académicos.

A mis colegas, compañeros y maestros que contribuyeron a mi formación profesional y que continuamente compartimos el aprender y desarrollar temáticas del área de estudio.

Leticia de Jesús Ventura Hernández

Agradecimientos

A Dios todopoderoso por iluminar mi vida con sabiduría y llenarme de fuerzas para luchar diariamente por los proyectos de vida que me propongo continuamente.

A la memoria de mi padre (Q.E.P.D), a mi madre hermosa, a mis hermanas, hermanos y sobrinos, que me motivan continuamente a triunfar y salir adelante con mis sueños de vida.

A mis colegas, compañeros y maestros que juntos logramos la formación profesional y que continuamente compartimos el conocimiento y temáticas de alto grado de importancia.

A mis amigas y amigos por el apoyo moral, material y didáctico que he recibido para continuar mis estudios y lograr finalizar con éxitos y a todos y todas los que de alguna manera contribuyeron a mi formación.

A la Universidad de El Salvador que, con su disciplina y motivación continúa formando a profesionales útiles a la sociedad salvadoreña y del mundo entero.

Jaime Abdul Gómez Guevara

RESUMEN

El emprendimiento se ha transformado en una disciplina dedicada al estudio metodológico de los emprendedores, la función empresarial y la creación de empresas. Las teorías sobre el emprendimiento han sido ampliamente recogidas por la literatura académica desde sus inicios, incluyen una amplia diversidad de El Salvador muestra signos alentadores en la tasa de actividad emprendedora, ya que los proyectos motivados por la “necesidad” decrecieron en un 25.8%, y los proyectos creados por “otros motivos” crecieron en un 24.2%, según estudios de la GEM 2015, con lo que se observa que la generación de la actividad emprendedora evoluciona favorablemente. A pesar de estos signos positivos, la economía todavía se encuentra en una situación delicada, ya que viene perdiendo competitividad y si los emprendimientos en El Salvador se desarrollan en un buen porcentaje por necesidad (consumo familiar) y en un porcentaje menor por aprovechar una oportunidad, es necesario la creación de una política pública que analice el fenómeno de los y las emprendedoras salvadoreñas y que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos que aprovechen una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo, incrementando el empleo y la competitividad nacional para salir de la informalidad y contribuir a la generación de empleo formal cumpliendo con las obligaciones tributarias y mercantiles que por ahora no se realizan.

ÍNDICE

RESUMEN	i
ÍNDICE	ii
ÍNDICE DE TABLAS	iii
INDICE DE FIGURAS	iv
ÍNDICE DE ABREVIATURAS	vi
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del problema.....	4
1.3. Objetivos.....	5
1.4. Preguntas de investigación.....	6
1.5. Hipótesis.....	6
1.6. Justificación.....	7
1.7. Delimitación de la investigación.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Emprendedurismo y la actividad emprendedora.....	10
2.2. La actividad emprendedora.....	10
2.3. El origen del emprendedor.....	11
2.3.1 Evolución histórica.....	12
2.4. Historia del emprendedurismo en El Salvador.....	16
2.5. Emprendedor.....	18
2.6. Definición de Emprendedor.....	19
2.7. Emprendedor o empresario en El Salvador.....	21
2.8. Tipos de emprendedor.....	22
2.9. Características personales del emprendedor.....	24
2.10. Marco legal sobre el emprendurismo en El Salvador.....	25
2.11. Política Nacional de Emprendimiento.....	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	28
3.1. Diseño de la Investigación.....	28
3.2. Enfoque Metodológico.....	28
3.3. Población y Muestra.....	29

3.3.1	Participantes	29
3.3.2	Instrumento.....	29
3.3.3	Las fuentes de información necesarias para llevar a cabo el estudio.....	30
3.3.4	Procedimiento.....	30
3.3.5	Estrategia y Análisis de Datos	30
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....		32
4.1	Análisis y presentación de resultados	32
4.1.1	Categoría sobre Tipo de Emprendimiento y tiempo de operación	32
4.1.3	Nivel de Educación.....	35
4.2	Plan de Formación Financiera para emprendedores principiantes y básico.....	38
4.2.1	Estructura organizativa del negocio.....	39
4.2.2	Plan de Negocio para Emprendedores (Caso Practico).....	47
4.2.3	Modelo de Negocio (Caso Pràctico).....	49
4.3	Prueba de hipòtesis	60
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		62
5.1	Conclusiones	62
5.2	Recomendaciones	63
BIBLIOGRAFIA		65
Anexos.....		67
Apèndice A. cuestionario de investigación.....		67
Apèndice B. Capacitación sobre el Plan de Negocios.		83
ÍNDICE DE TABLAS		
Tabla1: Formato de Evaluación del emprendimiento.....		40
Tabla2: Formato de Presupuesto.....		41
Tabla 3: Detalle de Costos Fijos.....		42
Tabla 4: Detalle de Remuneraciones.....		43
Tabla 5: Formato para Fijación de Precios.....		44
Tabla 6: Plan de Capacitación básico para Emprendedores.....		46
Tabla 7: Análisis de Competencias.....		51
Tabla 8: Listado de Maquinaria o Equipo.....		54
Tabla 9: Calculo de Materiales y Materia Prima.....		54
Tabla 10: Tareas y Responsabilidades del Personal.....		55

Tabla 11: Proyección de Ventas.....	56
Tabla 12: Plan de Inversión para Emprendedoras.....	56
Tabla 13: Determinación de la Estructura de costos.....	57
Tabla 14: Unidades Producidas de Queso y Litros de Leche Vendidos.....	59
Tabla 15: Proyección de Ventas para 4 Semanas.....	59
Tabla 16: Pregunta 1 de Cuestionario.....	68
Tabla 17: Pregunta 2 de Cuestionario.....	69
Tabla 18: Pregunta 3 de Cuestionario.....	70
Tabla 19: Pregunta 4 de Cuestionario.....	71
Tabla 20: Pregunta 5 de Cuestionario.....	72
Tabla 21: Pregunta 6 de Cuestionario.....	73
Tabla 22: Pregunta 7 de Cuestionario.....	74
Tabla 23: Pregunta 8 de Cuestionario.....	75
Tabla 24: Pregunta 9 de Cuestionario.....	76
Tabla 25: Pregunta 10 de Cuestionario.....	77
Tabla 26: Pregunta 11 de Cuestionario.....	78
Tabla 27: Pregunta 12 de Cuestionario.....	79
Tabla 28: Pregunta 13 de Cuestionario.....	80
Tabla 29: Pregunta 14 de Cuestionario.....	81
Tabla 30: Pregunta 15 de Cuestionario.....	82

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Clasificación de términos “Entrepreneur” emprendedor.....	14
Figura 2: Tipos de categoría que se asigna al emprendurismo.....	16
Figura 3: Tipos de emprendedores.....	23
Figura 4: Tasa de Emprendimiento en El Salvador.....	23
Figura 5: Dimensiones del emprendimiento.....	24
Figura 6: Estructura Organizativa del Negocio.....	39
Figura 7: Determinación del Costo Total Unitario de Producción.....	59
Figura 8: ¿A qué se dedica su emprendimiento?.....	68

Figura 9: Capital inicial del emprendimiento.....	69
Figura 10: Tiempo de operar del emprendimiento.....	70
Figura 11: Grado de escolaridad.....	71
Figura 12: ¿Emprendimiento socio o individual?.....	72
Figura 13: Conocer motivos de cierre de emprendimientos.....	73
Figura 14: Nivel académico que afecta el emprendimiento.....	74
Figura 15: Capacitación contable financiera.....	75
Figura 16: Principales problemas de los emprendimientos.....	76
Figura 17: Contribución del plan de formación financiera.....	77
Figura 18: Determinación del costo.....	78
Figura 19: Estimación de precio de venta.....	79
Figura 20: Independencia financiera de los ingresos.....	80
Figura 21: Financiamiento del emprendimiento.....	81
Figura 22: Capacidad administrativa.....	82

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

ACUDESBAL	: Asociación Intercomunal de Comunidades Unidas para el Desarrollo Económico y Social del Bajo Lempa.
BANDESAL	: Banco de Desarrollo de El Salvador.
CEFE	: Competencia base Económica para la Formación de Emprendedores.
CONAMYPE	: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor.

MINEC	: Ministerio de Economía.
MINED	: Ministerio de Educación.
ONG	: Organización No Gubernamental.
PEA	: Población económicamente activa.
PYMES	: Pequeña y Micro Empresa Salvadoreña.
TIC	: Tecnologías de Información y la Comunicación.

INTRODUCCIÓN

La crisis económica de la década de los 80 junto al conflicto armado de la época, puso en marcha procesos de reconversión industrial que afectaron notablemente a los sectores vitales de la economía y particularmente el empleo. A partir de la década de los noventa han sido múltiples los esfuerzos gubernamentales para dinamizar la economía, y una de las líneas estratégicas es el fomento del emprendedurismo en El Salvador. Es importante mencionar que en la actualidad no existen suficientes estudios que establezcan el comportamiento del emprendedor salvadoreño y su entorno.

La investigación está centrada en una propuesta para implementar un plan de formación financiera que contribuya a resolver los problemas que tienen las personas emprendedoras en el bajo lempa, en el momento de iniciar un proyecto empresarial, en el que coinciden factores como: la situación económica en general, un entorno socioeconómico, un mercado y factores personales (rasgos de personalidad, nivel cultural, motivaciones) y otros elementos propios de la zona.

El estudio abarca 49 emprendedoras asociadas en ACUDESBAL, buscando encontrar aquellas deficiencias que tienen para emprender y que no les permiten salir adelante con sus negocios, sea por su entorno de emprendedor o por los diferentes rasgos de personalidad y cualidades propias que poseen al evaluar el sentido de logro y racionalidad económica para determinar los factores de éxito.

La investigación se presenta en cinco partes. En la primera parte se plantea el problema a investigar con su justificación y delimitación respectiva, objetivos e hipótesis, así como las variables y preguntas de investigación. El capítulo II, comprende el marco teórico y se hace una

revisión de las teorías y los hallazgos publicados más importantes sobre el emprendedurismo, resaltando las características del emprendedor que han sido más estudiadas por los investigadores. En el capítulo III, se hace referencia a la metodología utilizada para la realización de la investigación, incluyendo los instrumentos de medida seleccionados; en el capítulo IV, se determinan los análisis estadísticos a los que serán sometidos los datos recopilados de la muestra y se detallan los resultados logrados, con sus explicaciones y porcentajes para arribar a conclusiones y recomendaciones más sólidas que describan el comportamiento emprendedor de un empresario salvadoreño de acuerdo al estudio realizado.

El documento termina con la bibliografía utilizada sobre el emprendedurismo, que ha sido la fuente de información consultada.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes.

Los países desarrollados y en vías de desarrollo, están abordando el emprendimiento como una alternativa a la incertidumbre laboral de nuestra época y a la necesidad de creación de riqueza para la población, especialmente en el caso de los jóvenes. La figura del emprendedor ha cambiado con la inclusión del componente tecnológico, si bien el emprendimiento existe desde el inicio de los tiempos, la figura del emprendedor arriesgado y mítico que se generó durante los siglos XIX y XX, se desvanece y toma su lugar un emprendedor más humanizado. Con esta nueva imagen, los mitos emprendedores empiezan también a derrumbarse, tales como las ideas que para emprender se necesita desarrollar un invento o una tecnología, o que es necesario contar con mayores recursos (monetarios, humanos y tecnológicos); mientras otras características del emprendedor del siglo XXI se hacen evidentes.

La mayoría de los nuevos emprendimientos a nivel mundial, no se inician a raíz de un descubrimiento tecnológico, no poseen un plan de negocio diseñado ni estructurado, no despegan tras un análisis detallado del mercado, en la mayoría de los casos se fondean de préstamos personales, familiares y amigos; las estadísticas según GEM demuestran que en el 40% de los casos los emprendedores carecen de experiencia en el área donde desean emprender.

Desde una perspectiva académica, varias instituciones ONG'S, se han comprometido con la enseñanza y desarrollo del emprendimiento, a través de programas de capacitación y actualización. En algunos países como México, Chile se cuenta incluso con el programa de Licenciatura enfocado y diseñado para el emprendedor del siglo XXI. Este panorama es muestra

para explorar nuevos conceptos y estructuras que hagan del emprendimiento una tendencia de crecimiento en nuestro país, como está sucediendo en otras sociedades de América Latina y el mundo.

Antecedentes de ACUDESBAL

ACUDESBAL es una organización de base campesina creada para el desarrollo integral de las comunidades del Bajo Lempa Jiquilisco, mediante el fortalecimiento de capacidades locales, la incidencia política, la equidad de género, la generación de alianzas estratégicas y la defensa de la vida y el territorio; con el acompañamiento de la solidaridad y cooperación nacional e internacional. Es de naturaleza comunal, apolítica, sin fines de lucro, de carácter democrático, representativo, no religiosa y de concertación entre las organizaciones comunales. Ubicados en la zona del Bajo Lempa del municipio de Jiquilisco, Usulután, El Salvador.

En 1998 se dio el acontecimiento del Huracán Mitch el cual inundó completamente la zona, destruyendo todos los cultivos, animales y enceres domésticos; agudizo la contaminación en las aguas subterráneas y superficiales, y al mismo tiempo, se propagaron diversas enfermedades gastrointestinales, cutáneas y sub cutáneas, traumas psicológicos especialmente en niñas, niños y adultos mayores. En ese momento, se evidencio el alto nivel de vulnerabilidad que existía en las comunidades para lo cual no teníamos una organización articulada en la zona, que nos permitiera enfrentar de manera conjunta la difícil situación que se sumaba de manera negativa para las familias.

Este evento socio natural fue el escenario que puso a prueba la capacidad organizativa y de respuesta de las comunidades ante la problemática de inundación, lo cual determinó la necesidad

de articular un esfuerzo que aglutinara las diferentes expresiones organizativas de la zona y desde ahí se inició un proceso de consulta y reuniones para definir una metodología organizativa. Debido a la urgente y prioritaria necesidad, surgió un comité de tres personas que se encargaron momentáneamente de coordinar actividades que se realizarían a corto plazo.

En 1999 Se realizó una reunión con más de 250 personas de diferentes comunidades, creándose la primera Junta Directiva, presidida por el señor Miguel Ángel Argueta de la Comunidad Amando López, la cual se encargó darle seguimiento a tres ejes de trabajo definidos: Gestionar obras de protección ante inundaciones, sistema de drenajes y exigir el respeto a la vida y el patrimonio de los y las habitantes del Bajo Lempa. Además se identificaron diferentes actividades dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes: asambleas en diferentes comunidades para empoderar el interés de crear una organización que articulará a la zona, buscar alianzas estratégicas con otras organizaciones que coincidieran con Comunidades Unidas, tratar de involucrar a otras comunidades, en ese momento solo habían 15 participando activamente de un total de 29, y gracias a ese esfuerzo se logró incrementar el número de comunidades a 22, promover acciones de incidencia política para que el gobierno construyera las obras de protección para minimizar el riesgo de padecer inundaciones.

La Asociación Intercomunal de Comunidades Unidas para el Desarrollo Económico y Social del Bajo Lempa, ACUDESBAL, desarrolla desde abril de 2004, la organización de 24 comités de mujeres en la zona del Bajo Lempa; este proceso lleva 17 años de lucha por los derechos de las mujeres, junto a ello el desarrollo en la producción agropecuaria, la participación ciudadana y las estrategias de trabajo con instancias de gobierno e instituciones no gubernamentales. Como resultado de este proceso, en 2017 se constituyó la Asociación de Mujeres para el Desarrollo

Integral del Bajo Lempa, AMUDIBAL, ya está legalizada en la alcaldía municipal de Jiquilisco, Usulután.

Inicia de esta forma, la búsqueda del empoderamiento de las mujeres socias de AMUDIBAL, así como de quienes no estén organizadas. La apuesta de la asociación es posicionarse a nivel local, nacional e internacional, como un referente de la organización de mujeres del bajo Lempa, que trabaja de la mano de ACUDESBAL, y acompaña sus acciones.

Actualmente, las mujeres socias de AMUDIBAL ejecutan iniciativas económicas en los rubros de ganado bovino, aves, producción de camarón, panadería, entre otros para fortalecer la economía familiar incluyendo siempre los procesos de organización y participación ciudadana; todo esto con el apoyo de proyectos que brinda ACUDESBAL

1.2 Definición del problema

El problema de la investigación resulta de conocer los principales obstáculos que las emprendedoras de la zona sur de Usulután, municipio de Jiquilisco del Bajo Lempa, que son parte de ACUDESBAL, han presentado diferentes obstáculos que limitan el crecimiento y desarrollo del emprendedurismo. Aspectos como la rentabilidad, el crecimiento, la capacidad, el conocimiento y el empoderamiento, son factores influyentes para el crecimiento y auto sostenibilidad de los emprendimientos o iniciativas económicas que realizan las mujeres; impidiendo la evolución natural de todo emprendimiento desde su nacimiento, pasando por su proceso evolutivo de crecimiento hasta llegar a su punto máximo de funcionamiento.

Las causas relevantes en el problema de investigación son parte de un desbalance educativo que las mujeres emprendedoras no tuvieron oportunamente en su currículo estudiantil por el bajo

grado de escolaridad obtenido durante sus años de formación. Es por eso que, con el plan de formación financiera para mujeres emprendedoras, se pretende formar una estructura básica para el manejo de los recursos financieros y evitar que la falta de conocimiento en áreas financieras limite las iniciativas económicas en el corto y mediano plazo.

En base a lo expuesto, se define el siguiente problema de investigación: ¿En qué medida el plan de Formación Financiera para mujeres emprendedoras de la zona sur de Usulután Bajo Lempa, contribuirá al desarrollo de los emprendimientos que surjan y que estos sean sostenibles en el tiempo apoyados con fondos de ONG?

1.3 Objetivos

General

Desarrollar un plan de formación financiera que contribuya a mejorar las iniciativas de negocios por parte de las mujeres emprendedoras de la zona sur de Usulután, Jiquilisco - Bajo Lempa, logrando resultados de rentabilidad y auto sostenibilidad en corto y mediano plazo.

Específicos

- a. Elaborar plan de formación financiera basado en las prácticas administrativas, comerciales y financieras que realizan las emprendedoras de la zona sur de Usulután, Jiquilisco - Bajo Lempa.
- b. Lograr que el plan de capacitación financiera impulse las capacidades de las emprendedoras de la zona sur de Usulután, Jiquilisco - Bajo Lempa en el corto y mediano plazo.

- c. Elaborar un estudio financiero, que explique a las emprendedoras la separación de costes y los diferentes tipos de gastos que existen.
- d. Definir las competencias requeridas de las emprendedoras para conocer y desarrollar el plan de capacitación financiera.

1.4 Preguntas de investigación

- a) ¿Cuáles son las estrategias a seguir de las mujeres emprendedoras que pertenecen a ACUDESBAL apoyadas por proyectos de ONG´s.
- b) ¿En qué medida contribuirá el plan de formación financiera a las emprendedoras de ACUDESBAL, en su crecimiento y sostenibilidad económico?
- c) ¿Cuáles son las principales causas de abandono de los emprendimientos y consecuencias que desvanecen su crecimiento?
- d) ¿Cuáles son las competencias requeridas para solventar el problema de la administración financiera de los emprendimientos de las mujeres asociadas a ACUDESBAL?

1.5 Hipótesis

General

El plan de formación financiera para mujeres emprendedoras que ejecutan fondos de la ONG`s ACUDESBAL de la zona sur de Usulután, Jiquilisco, Bajo Lempa influirá positivamente en el crecimiento y fortalecimiento a corto y mediano plazo de iniciativas económicas.

Específica

- a. El Plan de Formación Financiera aportará conocimientos que se verán reflejados en una mayor rentabilidad a las iniciativas económicas.

- b. El plan de formación financiera contribuirá en capacitar a las emprendedoras para la preparación de los planes de negocio, evaluación de costos e información financiera útil en el desarrollo de iniciativas de negocios, con resultados a corto y mediano plazo.

1.6 Justificación

Importancia

Mediante un estudio realizado por La Asociación Intercomunal de Comunidades Unidas para el Desarrollo Económico y Social del Bajo Lempa (ACUDESBAL), para los proyectos titulados “Establecimiento de iniciativas económicas para fortalecer la economía de las mujeres del Bajo Lempa, Jiquilisco y Fortalecimiento de la Agricultura Campesina con Equidad de género en las comunidades del Bajo Lempa”; en las comunidades de El Zamorano, Ciudad Romero, Sisiguayo y Octavio Ortiz en los años 2015 y 2016, se determinó que las mujeres emprendedoras que ejecutan fondos con destino al emprendimiento, carecen de formación básica en el área financiera, que les permita conocer los costos de los bienes y servicios que ofrecen y el manejo básico de las finanzas relacionados con: presupuestos, evaluación de costos, contabilidad básica y planes de negocios.

El trabajo de investigación pretende determinar las necesidades de capacitación y/o formación en el área financiera de las mujeres emprendedoras del bajo lempa, es así que se debe formular un plan de capacitación financiera que logre formar a las mujeres emprendedoras con los conocimientos financieros básicos y les permitan un desarrollo adecuado en el quehacer de las iniciativas (emprendimientos) económicos. Con la propuesta y ejecución de los planes de formación financiera se espera lograr en el corto plazo la mejora en la toma de decisiones y manejo eficiente de los recursos financieros.

Utilidad

La investigación se enfocará conceptualmente en un Plan de Formación Financiera para emprendedoras de la zona sur de Usulután Bajo Lempa; el plan de formación ayudará a los emprendimientos para que se establezcan y concreten las iniciativas económicas, con el manejo adecuado de presupuestos, control de precios, identificación de costos y gastos, identificando las prioridades y necesidades de financiamiento requerido.

El plan de formación financiera, preliminarmente se desarrollará en los siguientes aspectos:

- a) Costos
- b) Gastos
- c) Presupuestos
- d) Fijación de precios en el ejercicio económico 2020.

1.7 Delimitación de la investigación

El desarrollo del trabajo se realizará en el municipio de Jiquilisco, Usulután, en las comunidades asociadas a la Asociación Intercomunal de Comunidades Unidas para el Desarrollo Económico y Social del Bajo Lempa (ACUDESBAL), que atiende a 29 comunidades, que ejecutan proyectos con emprendedoras, con ingresos mensuales de \$500.00 a \$2,000.00, generados por iniciativas económicas de crecimiento moderado. Se desarrollará tomando de base el ejercicio económico 2019 considerando las actividades finalizadas y los resultados obtenidos.

La implementación del Plan de Formación Financiera para emprendedoras, se espera se implementada durante el año 2021 esto permitirá verificar una marcada diferencia entre los resultados del periodo base (2019-2020) y el de implementación (2021).

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Emprendedurismo y la actividad emprendedora

El emprendedurismo y la actividad emprendedora, desde hace tiempo se hace las preguntas: ¿por qué el tema del emprendimiento puede ser un campo de conocimiento científico? y cada vez adquiere mayor importancia debido a la relevancia que el tema ha adquirido en diferentes ámbitos, como el económico, el político y el académico. Al cuestionar si el fuerte tratamiento y abordaje del tema del emprendimiento no es una moda pasajera, dado que, junto a instituciones formales y referentes de prestigio, el emprendimiento aparece tratado y trabajado a partir de diferentes fuentes y resulta que el grado de conocimiento del tema muchas veces es desconocido y observan la actividad emprendedora como un medio de subsistencia.

Parece entonces relevante que un tema que afecta el desarrollo de los países, que implica la necesidad de definir políticas públicas y apoyo formal a este sector económico, se haya mencionado en diciembre de 2012, donde la Organización de Naciones Unidas, aprobó por unanimidad la resolución 67/202, Emprendimiento para el desarrollo. Esta reconoce formalmente que el emprendimiento es una herramienta importante para la reducción de la pobreza, la creación del desarrollo sustentable y la revitalización del entorno (Organización de Naciones Unidas, 2012).

2.2. La actividad emprendedora

Cuando se analiza el concepto de emprendedurismo, surgen preguntas sobre ¿Cuáles son los orígenes del espíritu emprendedor? ¿De dónde surgen? ¿Qué es una trayectoria profesional emprendedora? Estas preguntas, que se plantean con frecuencia en manuales y textos sobre emprendedurismo, reflejan el interés creciente tanto a nivel nacional como internacional en los

emprendedores debido a su incidencia positiva en la sociedad en general. (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2005), ante esta situación plantea que a pesar de todo este interés todavía no se ha alcanzado una definición concisa y universalmente aceptada.

Al igual que muchos otros términos, el espíritu emprendedor es fácil de conceptualizar, pero difícil de explicar. Existen al respecto argumentos semánticos y filosóficos sobre el emprendedurismo, pero es mucho más fácil reconocerle en la práctica cuando se ve en acción, aunque la mayoría de las personas no pueda definir este comportamiento (Schaper, 2002).

2.3. El origen del emprendedor

El término “Emprendedor” proviene del francés “entrepreneur”, es la misma palabra que se utiliza en la lengua inglesa y deriva del verbo francés “entreprendre” que significa emprender. Un estudio detallado sobre los orígenes del término “entrepreneur” y del proceso de incorporación del concepto a la literatura económica fue elaborado por (Hoselitz, 1951). Según el autor, la persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. El latín lo define como “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa, poner en ejecución”.

Desde el punto de vista de la posible traducción del término “entrepreneur” al castellano, la situación está clara para diversos autores: es empresario y no emprendedor. Existen motivos que explican porque se generaliza el uso del término emprendedor en sustitución del término empresario; la principal razón es la imagen negativa que se asocia a la figura del empresario, por otra parte, la figura del emprendedor denota una imagen positiva, constituyéndose con el tiempo en un empresario y llevado a cabo sus iniciativas a pesar de los riesgos implícitos.

No todos los emprendedores son empresarios, ni todos los empresarios son emprendedores, y no es lo mismo ser el propietario de un pequeño y modesto negocio a ser un

emprendedor que apuesta por la creatividad y la innovación sea en su propio negocio, corporación o segmento de mercado donde participa.

2.3.1 Evolución histórica

Edad Media

En la Edad Media el término entrepreneur o emprendedor se utilizaba para describir tanto al actor como al individuo que dirigía grandes proyectos productivos. En este tipo de proyectos el emprendedor no asumía ningún riesgo, sino que se circunscribía a dirigir el proyecto utilizando los recursos provistos normalmente por el Gobierno de un país. El emprendedor típico de la Edad Media era el encargado de grandes obras arquitectónicas: castillos, fortificaciones, edificios públicos, y catedrales.

Siglo XVII

El resurgimiento de la relación con el riesgo se desarrolló durante el siglo XVII, siendo para esa época el emprendedor una persona que negociaba un acuerdo contractual con el Gobierno para proveer un servicio o determinados productos. Debido que el precio se encontraba fijado en un contrato, cualquier beneficio o pérdida surgida era asumida por el empresario (Herbert, 1982). Se creía que el emprendedor era una persona que asumía riesgos, observando que los comerciantes, los granjeros, los artesanos y otros propietarios compraban a un cierto precio y venden a un precio incierto, operando con riesgos económicos en cada transacción.

Siglos XVIII y XIX

El papel de los emprendedores dentro de los modelos clásicos de desarrollo económico fue limitado, resultaba difícil explicar racionalmente a través de elementos económicos la compleja conducta de los emprendedores. Durante estos siglos, la persona con capital se distinguía de la que necesitaba capital. En otras palabras, el emprendedor se diferenciaba de la persona que aportaba el capital (lo que en la actualidad se conoce como socio capitalista). La razón de esta diferencia era la industrialización que se estaba produciendo en el mundo (Moriano Leon, 2005). Muchos de los inventos desarrollados durante esta época eran reacciones a un mundo cambiante, como fue el caso de los inventos de Whitney y Thomas Alba Edison. Tanto Whitney como Edison estaban desarrollando nuevas tecnologías y eran incapaces de financiar sus desarrollos por sí mismos. Mientras que Whitney financio su limpiadora de algodón con patrimonio expropiado a la Corona Británica, Edison obtuvo capital de fuentes privadas para desarrollar y experimentar en los campos de la electricidad y la química. Edison y Whitney, eran personas que utilizaban capital (empresarios), y no personas que proporcionaban el capital (socios capitalistas). Un socio capitalista es un gestor profesional de dinero que realiza inversiones arriesgadas con una cierta cantidad de capital para obtener una tasa de rendimiento en sus inversiones (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2005). Jean Baptiste Say (1803), siguió la línea comentada por R. Cantillón, en cuanto al rol del emprendedor, enfocándolo como el centro del proceso de intercambio de la producción, como intermediario entre todo tipo de productores y consumidores. Lo que se denomina como “emprendedor industrial”, debe aprender muchas cosas sobre la realidad de la industria en la que quiere desarrollar sus actividades, aprovecharse de lo que otros no saben y gestionar la producción (Moriano Leon, 2005). Así, su función es la de combinar recursos, con especial atención a los conocimientos.

Siglo XX

A finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX los emprendedores no se diferenciaban de los gestores y eran considerados fundamentalmente desde una perspectiva económica. (Ely & Hess, 1937), plantean que “el emprendedor organiza y gestiona una empresa para tener un beneficio personal. Paga los precios actuales por los materiales consumidos en su negocio, por la utilización de la tierra, por los servicios personales que emplea y por el capital que necesita.

Contribuye con su propia iniciativa, habilidad e ingenio en la planificación, organización y administración de la empresa. También asume la posibilidad de ganar y perder debido a circunstancias imprevistas que quedan fuera de su control”.

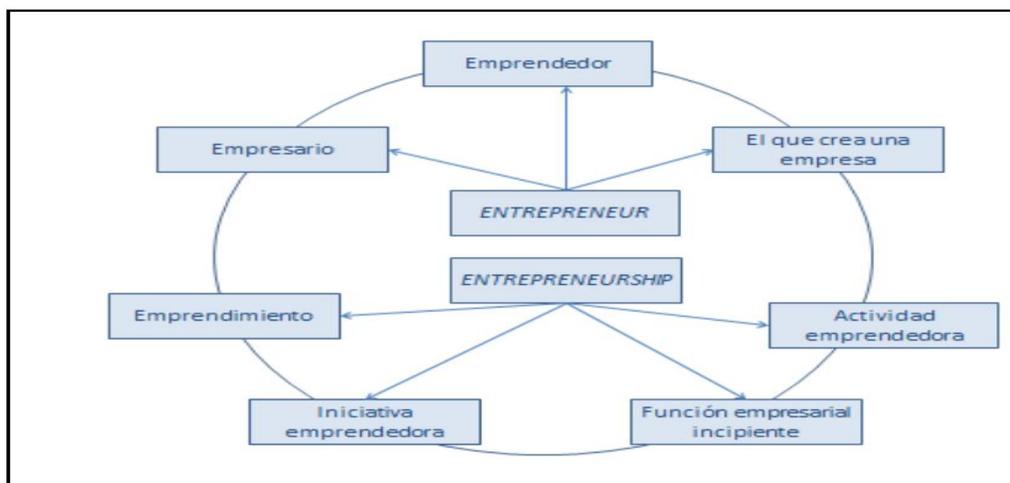


Figura 1. Clasificación de Términos “Entrepreneur” (Emprendedor)

Fuente: Elaboración propia en base a la terminología utilizada. Entrepreneur y Entrepreneurship Resume la clasificación de los términos “Entrepreneur” (emprendedor), se aplica a la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender negocios o empresas. “Entrepreneurship” (emprendimiento). Cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente.

Siglo XXI

A partir del siglo XXI, aparece el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), creado en 1999 por especialistas de Babson College y la London Business School. El GEM se ha convertido en estos 10 años en el consorcio líder a nivel mundial en materia de emprendimiento, siendo los informes del GEM la única fuente de datos comparables a nivel mundial sobre actitudes y aspiraciones emprendedoras.

El primer estudio global del GEM se realizó en 1999 con diez países, en su mayoría desarrollados. En el año 2009 participaron 54 países (Gutierrez Montoya, El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador: análisis comparativo con países GEM, 2012), los cuales realizaron 180,000 entrevistas entre mayo y octubre. Los países de América Latina tienen una participación relevante en el GEM, habiéndose logrado una cobertura amplia del continente.

A partir del año 2008 el GEM, ha adoptado, para la agrupación de la información de los países que participan en el GEM, la clasificación por fase de desarrollo económica tal como es definido en el Informe Global de Competitividad del Foro Económico Mundial: economías basadas en factores productivos, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación.

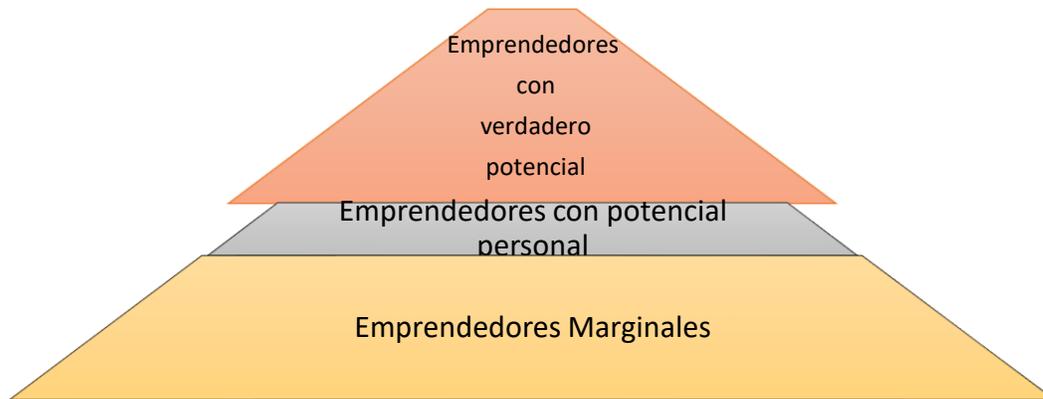


Figura 2. Tipos de Categoría que se Asigna al Emprendedurismo

Fuente: Elaboración propia en base a GEM El Salvador 2015

- a. Emprendedores marginales, forman parte de la inmensa mayoría y son aquéllos cuyas iniciativas suelen fracasar o tener escasa repercusión.
- b. Emprendedores con potencial personal, no fracasan, pero crean y desarrollan su emprendimiento u empresa en torno a sus capacidades personales, cuando sus capacidades desaparecen por diversas razones (incertidumbre, bajos resultados, competencia), entre otras, tienden a fracasar.
- c. Emprendedores con verdadero potencial, personas capaces de generar iniciativas con verdadero y propio potencial de desarrollo, emprendimientos que sobrevivirán por sí mismas sin necesidad de la presencia del emprendedor.

2.4. Historia del emprendedurismo en El Salvador

¿El espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar?

Existen personas que inician emprendimientos por necesidad, porque tienen la obligación de generar ingresos económicos que les permitan sustentar a sus familias. Otros que han realizado sus estudios, emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que aprendieron de forma técnica y empírica.

La evolución que ha tenido El Salvador en materia de Emprendedurismo, por una parte, ha sido impulsada por ONG`s e Instituciones Gubernamentales, quienes iniciaron la Formación emprendedora para mujeres y jóvenes por medio de las siguientes instancias: CONAMYPE impulsó en el país una cultura emprendedora por medio de seminarios, conferencias, talleres de participación, concursos, entre otros; a los que la población en general puede acceder y contribuir a cultivar o despertar un hábito emprendedor que favorecerá a la formación y creación de nuevas empresas. El Ministerio de Educación (MINED), evalúa y planifica, a través de acciones estratégicas, la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora en el país.

El Ministerio de Economía (MINEC), se involucra de forma específica en el acompañamiento de este proceso, de forma que pueda capitalizar estas iniciativas como parte del desarrollo de las economías locales y nacionales. En conjunto con el Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL) que crea programas de financiamiento a mujeres emprendedores.

Proyectos apoyados por el Gobierno

INNOVAEMPRENDE: apoya la creación de nuevas empresas innovadoras y/o fortalecer a las empresas de reciente creación con fondos de cofinanciamiento para generar fuentes de empleo de calidad tomando en consideración la inclusión de elementos de equiparación social e inclusión de poblaciones menos favorecidas.

Brinda soporte técnico a través de Instituciones privadas para que las ideas aterricen empresarialmente y puedan consolidar su proyecto con una visión de innovación y desarrollo tecnológico.

INNOVATICS I: busca estimular el emprendimiento en materia de Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC) promoviendo el desarrollo competitivo de las PYMES a través de la innovación, la implementación y la utilización de las TIC.

Ambos proyectos apoyados con fondos del gobierno y aporte empresarial, no tienen aplicación dentro del contexto de la investigación, dado que los emprendedores del Bajo Iempa, se encuentran en el rango de \$500 a \$2,000.00 dólares y sus emprendimientos están enfocados en las siguientes categorías:

- a. Emprendimiento de subsistencia: constituyen acciones dirigidas a generar ingresos diarios para vivir, formando un autoempleo, para el grupo familiar o comunidad, sin una planificación o sin una visión de crecimiento sostenido, generalmente no presenta excedentes.
- b. Emprendimiento tradicional: constituyen acciones dirigidas a la generación de ingresos que cuentan con una estructura organizacional y que utilizan el conocimiento técnico para la generación de excedentes que permiten la acumulación. Desarrollan su actividad en la formalidad, en mercados y sectores tradicionales de la economía, pero no presentan elementos diferenciadores en sus productos y servicios (Gutierrez Montoya, El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador: análisis comparativo con países GEM, 2012).

2.5. Emprendedor

El tema es amplio si se considera dentro de la teoría empresarial en la creación de nuevas empresas, la persona humana es el centro sobre el cual gira todo el proceso de formación empresarial. Cuando se requiere la búsqueda de oportunidades de negocios existentes en el entorno, surgen las siguientes preguntas que se hacen los que quieren emprender:

- a. ¿Qué factores son los que inducen a la actividad emprendedora?
- b. ¿Por qué algunas iniciativas empresariales tienen éxito mientras que otras fracasan?
- c. ¿Cuál es la esencia del emprendimiento?
- d. ¿Quién tiene mayores posibilidades de convertirse en emprendedor y por qué?
- e. ¿Cómo toman las decisiones los emprendedores?
- f. ¿Qué entornos de mercado favorecen las iniciativas emprendedoras de éxito?

Las interrogantes anteriores tienen su respuesta dependiendo el área geográfica donde se encuentren los emprendedores. En este trabajo no se pretende dar respuesta a las preguntas anteriores, pero servirá para contribuir a fortalecer un grupo representativo de mayoría llamado de subsistencia, a ese grupo está dirigido el plan de formación financiera.

2.6. Definición de Emprendedor

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), es la misma frase en lengua inglesa, siendo utilizada inicialmente para referirse a aventureros como Colón que partían al Nuevo Mundo, a América, sin saber con certeza que se podía esperar (Moriano Leon, 2005).

El emprendedor hace que cualquier situación, por trivial que resulte, se convierta en una excepcional oportunidad (Moriano Leon, 2005). El emprendedor es el visionario, el soñador, el catalizador del cambio, el innovador, el creador de nuevos métodos para penetrar en los mercados o para equiparse con los grandes líderes empresariales (Herbert, 1982).

El concepto de emprendedor se define mejor cuando se tienen en cuenta los principios y términos de los campos empresarial, de gestión y personal. En concreto, el concepto de emprendedor desde una perspectiva personal ha sido analizado en el presente siglo.

Definición de emprendedor: Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el emprendedor es aquella persona que “impulsa con resolución acciones con ciertos grados de dificultad, además agrega que la palabra emprender (Del lat. in, en, y prendere, coger) en el ámbito de los negocios puede definirse como “acometer y comenzar una obra, un negocio, con empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

(Hisrich, Peters, & Shepherd, 2005), define el emprendedurismo como “el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los correspondientes riesgos financieros, psicológicos y sociales, y obteniendo las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal”. En la definición anterior destaca cuatro características:

- a. En primer lugar, el ser emprendedor implica un proceso de creación; creación de algo nuevo que tiene valor. Esta creación tiene que tener valor para el emprendedor y valor para el segmento de mercado al que está dirigido.
- b. En segundo lugar, el ser emprendedor exige dedicación del tiempo y el esfuerzo necesarios.
- c. El hecho de asumir riesgos necesarios es la tercera característica del ser emprendedor.
- d. La última parte de la definición hace referencia a las recompensas de ser empresario.

Es probable que los giros “promotor empresarial” o “empresario - emprendedor” pudieran ser una traducción más exacta dentro de la terminología de la Real Academia, pero la generalización del término emprendedor como traslación directa del vocablo anglosajón (aunque de procedencia francesa) entrepreneur y su mayor sencillez, por constar de una sola palabra, han llevado a su

consolidación en el mundo de la investigación sobre creación de empresas (Caneda González, García Álvarez, & García Erquiaga, 2009).

Los emprendedores hoy son considerados como los héroes de la libre empresa. Muchos de ellos han utilizado la innovación y la creatividad para construir empresas multimillonarias dentro de nuevos negocios en menos de una década. Estos individuos han creado nuevos productos y servicios y han asumido el riesgo asociado con estas empresas.

2.7. Emprendedor o empresario en El Salvador

Una de las principales características de la economía salvadoreña desde la Colonia hasta mediados del siglo XX, fue la notable dependencia en relación al sector agropecuario, y dentro de éste se destaca principalmente la actividad económica de exportación. Estas particularidades transformaron la economía en un modelo eminentemente exportador, hasta la década de 1930. A partir del siglo XVI unido a la llegada de los españoles, El Salvador dedicó gran parte de las tierras al cultivo de cacao, añil, café, algodón, entre otros. Entre todos los cultivos el más relevante en la parte económica y social fue el café, el cual se convirtió en la principal fuente de ingresos de los salvadoreños.

Trasladando la historia al siglo XXI, se establecen los tipos de negocio que más se emprenden en El Salvador.

Según (Schaper, 2002), las personas emprendedoras se pueden encontrar en todos los sectores de la sociedad, y hoy existen tres grandes tipos de empresarios que pueden ser reconocidos.

Tradicionalmente, el concepto de emprendedurismo ha estado estrechamente vinculado con la gestión de pequeñas empresas: el empresario arquetipo clásico a menudo considerado como un individuo que inicia su propia pequeña empresa, que puede con el tiempo convertirse en una mucho más grande y más exitosa empresa. Pero los empresarios también se pueden encontrar dentro de las grandes corporaciones, donde ayudan a crear nuevas divisiones de negocio y productos, y producir alteraciones en el interior operaciones; estas personas son conocidas como los empresarios o emprendedores internos. Por último, también hay muchos emprendedores sociales, que trabajan en organizaciones sin fines de lucro, que intentan innovar para resolver los problemas de la comunidad.

2.8. Tipos de emprendedor

Según se observa en la figura 3, existen emprendedores marginales, que forman parte de la inmensa mayoría y son aquéllos cuyas iniciativas suelen fracasar o tener escasa repercusión; otra categoría es la de los emprendedores con potencial personal, que no fracasan pero que crean y desarrollan su empresa en torno a sus capacidades personales, de manera que ésta desaparece con ellos; y por último se encuentran los emprendedores con verdadero potencial, personas capaces de generar iniciativas con verdadero y propio potencial de desarrollo, empresas que sobrevivirán por sí mismas sin necesidad de la presencia del emprendedor.

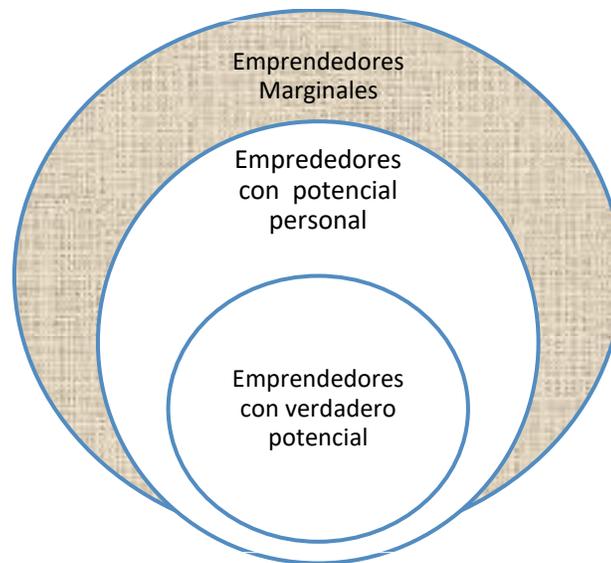


Figura 3. Tipos de Emprendedores.

Fuente: Elaboración propia en base a GEM (2014)

Muestra los emprendimientos en El Salvador durante la primera edición del GEM.

Variable	2012	2014
TEA (emprendimiento temprano)	15.3	19.5
Emprendedores nacientes	7.7	11.4
Emprendedores nuevos	7.8	8.7
Emprendedores establecidos	9.4	12.7
Emprendimiento total	24.2	31.2
Abandono de negocio	8.0	10.8

Figura 4. Tasas de Emprendimiento en El Salvador

Fuente: GEM El Salvador 2014

2.9. Características personales del emprendedor

El perfil emprendedor es descrito por (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2005) como “las motivaciones y características personales”. De tal forma, que, para el establecimiento de un perfil emprendedor, deben tomarse en cuenta las características o rasgos personales que posee un individuo, permitiéndoles poner en marcha empresas contra todos los riesgos y mantenerlos a flote en los peores tiempos; y finalmente, si es posible desarrollar esas características si no se tienen, lo que otros autores refieren como “el emprendedor no nace: se hace”. Estas características emprendedoras podrían desarrollarse aún más a través de la enseñanza para formar a empresarios exitosos.

En líneas generales la figura 4, describe las tres dimensiones en que un emprendedor muestra su personalidad incluyendo procesos y obteniendo los resultados esperados. Denota la necesidad de logro en el que un emprendedor desea realizar tareas difíciles. El emprendedor suele aparecer a los ojos de los demás como alguien guiado internamente por un imparable deseo de lograr sus objetivos, como alguien que busca la excelencia. Su fuerte carácter competitivo le lleva a aceptar ciertos riesgos y a perseguir objetivos que le motiven.



Figura 5. Dimensiones del Emprendimiento

Fuente: GEM El Salvador 2014

2.10. Marco legal sobre el emprendurismo en El Salvador

Las leyes vigentes en El Salvador que respaldan el trabajo y al comercio, son leyes que regulan los derechos y obligaciones de las personas en cuanto a cuestiones laborales y tributaria se refiere, estas leyes son algunas de las que regulan y equilibran la sociedad en su amplia gama de sectores mas no aplican directamente al emprendedurismo en El Salvador.

2.11. Política Nacional de Emprendimiento

En el 2014 el Ministerio de Economía (MINEC) a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) crearon la Política Nacional de Emprendimiento y que se complementa con otros instrumentos jurídicos y será dinamizada a través del Sistema Nacional para el Desarrollo de la MYPE, el cual tiene como objetivo la ejecución de políticas, planes, programas, instrumentos y servicios a nivel nacional, departamental, municipal y sectorial, para el fomento y desarrollo de la micro y pequeña empresa, buscando su competitividad, asociatividad y encadenamiento productivo, así como el acceso a los mercados nacionales e internacionales.

Según la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) existen muchas acciones en el país en materia de Emprendedurismo, solo que de una forma desarticulada y dispersa y que a la fecha a pesar de muchos esfuerzos aún no se logra consolidar una cultura de Emprendedurismo que permita dar un salto cualitativo hacia emprendimientos dinámicos e innovadores, la expectativa es que esta política sea acogida por instituciones públicas y privadas en todo el territorio nacional.

Un punto interesante de esta política es que menciona un programa denominado “El Salvador adelante” el cual expresa: crear nuevos puestos de trabajo a través del desarrollo emprendedor equitativo de los territorios en el que establece que deben fortalecerse los talentos, las capacidades y los emprendimientos productivos y de servicios locales que generen puestos de trabajo, así como las habilidades empresariales, articulando esfuerzos recursos e instrumentos de apoyo para la creación y formalización de emprendimientos, dicho argumento podría ser una luz de esperanza para las comunidad de emprendimiento del bajo lempa, específicamente en lo relacionado a las emprendedoras de la zona sur de Usulután, municipio de Jiquilisco del bajo Lempa, son parte de ACUDESBAL, quienes han presentado diferentes obstáculos que limitan el crecimiento y desarrollo del emprendedurismo y con estas iniciativas beneficiaría de manera cualitativa la situación laboral y económica de la población que se interesara por apostarle al Emprendedurismo.

De igual manera el quinquenio que recién ha concluido (2009 –2014) dejó como herencia un marco jurídico de políticas y leyes que marcan una proyección de transformación productiva en El Salvador, algunas de estas son:

- a. Ley para el fomento, protección y desarrollo del micro y pequeña empresa.
- b. Ley de fomento de la producción.
- c. Política industrial.
- d. Política de fomento y desarrollo de la micro y pequeña empresa.
- e. Política nacional de innovación, ciencia y tecnología, entre otras.

Las iniciativas de emprendurismo, requieren apertura de créditos y un verdadero apoyo gubernamental, una vez que las economías se desarrollan, los sectores crecen y ofrecen mayores oportunidades de empleo, el costo de oportunidad para la creación de nuevos emprendimientos aumenta, las personas que optan por crear una iniciativa de emprendimiento, deben abandonar las posibilidades de empleos relativamente estables y bien remunerados. Por este motivo, la proporción de personas que participan en actividades emprendedoras disminuye; al mismo tiempo, la participación de los emprendimientos por necesidad disminuye, dado que la obtención de un empleo permite asegurar la subsistencia, por otra parte aumentan los emprendimientos por oportunidad, debido a que las personas que se deciden a crear iniciativas lo hacen cuando han evaluado que la creación de un emprendimiento puede generarles mejores ingresos a largo plazo que un empleo formal.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación

La investigación es definida por Sampieri (2010), como: “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno”, refiriéndose a una serie de pasos secuenciales que permiten generar conocimiento, implícito conlleva la búsqueda de datos y soluciones requeridos para el desarrollo del tema a estudiar, lo anterior hace necesario elaborar el diseño de la investigación, para responder a las diferentes preguntas de investigación y los objetivos planteados. En base a lo anterior, la investigación será descriptiva con enfoque cuantitativo y busca recabar información acerca de las diversas variables involucradas.

3.2 Enfoque Metodológico

El diseño de la investigación es no experimental, considerando que las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre las mismas, y no influyen en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (Sampieri, 2014).

El enfoque planteado permitió recabar información de los diferentes emprendimientos desarrollados por las mujeres de las comunidades de Jiquilisco, Bajo Lempa, a la vez que ha servido para la recolección, procesamiento y análisis de los datos, estableciendo relaciones causales entre las variables.

El método de investigación utilizado es cuantitativo; las metodologías cuantitativas o investigaciones cuantitativas forman un conjunto de estrategias de obtención y procesamiento de información que emplean magnitudes numéricas y técnicas formales y/o estadísticas para llevar a cabo su análisis, siempre enmarcados en una relación de causa y efecto.

3.3 Población y Muestra

La investigación sobre el plan de formación financiera, se ha diseñado para aplicarse al universo de 49 emprendedoras. Ellas son parte de ACUDESBAL, en las comunidades de Jiquilisco, Bajo Lempa, en este caso el universo es igual a la población. Comprende la población que desarrolla emprendimientos para el crecimiento de la localidad. Las iniciativas están distribuidas en Atos de ganados lechero (12), aves de corral (20), camaronerías (11), panadería (6). La unidad de análisis son las 49 emprendedoras que son parte de ACUDESBAL.

3.3.1 Participantes

Los participantes corresponden a las personas emprendedoras que forman el objeto de interés de quienes se espera proporcionen la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

3.3.2 Instrumento

Son los medios auxiliares de las técnicas, contribuyendo a la recolección de la información. El instrumento utilizado es el cuestionario, este consta de (15 preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple). Se procedió a encuestar a las 49 emprendedoras que se encuentra agrupadas en ACUDESBAL, para determinar aspectos relacionados con los tipos de emprendimiento y tiempo de operar, recursos financieros, incluyendo el capital inicial y nivel educativo, para diagnosticar y elaborar el plan de formación financiera que ayudará a las emprendedoras para que se establezcan y concreten las iniciativas económicas.

3.3.3 Las fuentes de información necesarias para llevar a cabo el estudio son:

Primarias

Está compuesta por información nueva y original, resultado del trabajo de investigación. Esta información fue constituida por los 49 cuestionarios, a través de las diversas técnicas e instrumentos de recolección de información aplicada a las emprendedoras.

Secundarias

Los datos secundarios, se obtuvieron mediante investigación bibliográfica y documental, incluye: leyes, libros, publicaciones gubernamentales y de organismos internacionales, trabajos de graduación y documentación relacionada que tenga aplicación al tema investigado.

3.3.4 Procedimiento

El cuestionario fue dirigido a las 49 emprendedoras, para la información de las unidades de análisis y a través de unos cuestionarios con preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple, fue necesario procesar la información en Excel, con la finalidad de agilizar la tabulación de datos.

3.3.5 Estrategia y Análisis de Datos

Se procedió a recopilar la información a través de las fuentes primarias y secundarias. Esta información fue revisada organizada y analizada.

En una segunda instancia, se efectuó la recolección de la información relacionada con el tema, por medio del cuestionario estructurado con preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple. El procedimiento desarrollado fue el siguiente:

- a. Estructurar los datos en una tabla Excel que contenía a cada participante y las preguntas respectivas.

- b. Comprender la información relacionada a las actividades de las emprendedoras.
- c. Interpretar y evaluar las respuestas de cada participante, ubicando los temas en términos de importancia de acuerdo al plan de formación financiera.
- d. Explicar los elementos necesarios sobre el conocimiento administrativo y financiero básico de las emprendedoras.
- e. Relacionar los resultados con el marco teórico.
- f. Por último, los datos obtenidos por medio de la aplicación del cuestionario, fueron procesados para su respectiva descripción, análisis y discusión.

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis y presentación de resultados

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos sobre el comportamiento del emprendedor salvadoreño clasificado en tres categorías: Tipo de emprendimiento y tiempo de operar, Recursos financieros, incluyendo el Capital inicial y Nivel de Educación.

4.1.1 Categoría sobre Tipo de Emprendimiento y tiempo de operación

El entorno del emprendedor promueve el interés en desarrollar una idea creativa y fomentar las habilidades dando pie a la búsqueda de nuevos horizontes. La necesidad, la independencia y poder hacer las cosas como uno quiere animan al emprendedor a buscar una fuente de negocios, para lograr sacar adelante a su familia.

Las preguntas plasmadas en las tablas 1, 3 y 5, clasificadas en la categoría Tipo de emprendimiento, muestra la importancia asignada como factor de desarrollo económico.

La pregunta uno, establece el tipo de emprendimiento que se tiene en la zona del bajo lempa, demostrando que el (43%), se dedican a la producción del ganado lechero y 37% a la producción de aves de corral. La pregunta tres, hace referencia al tiempo de operar en el bajo lempa, con resultados del (20%) con más de 3 años de ser Emprendedores y Emprendedoras, mientras 33 emprendedores están en el rango de tiempo de laborar entre 1 y 3 años (68%).

La pregunta cinco, busca saber si los emprendedores encuestados operan solos o asociados, determinándose que 41 emprendedores (84%) trabaja de forma individual (preguntas 1, 3 y 5, anexo 2).

Analizando la categoría Tipo de emprendimiento, se observa que existe un grupo de emprendedores que según su perfil, no podrán obtener el éxito en su empresa, aquel grupo de personas que se encuentran en el rango de cero a 12 meses que forman el 12% (pregunta 3, anexo2) del total encuestados, quienes se encuentran en estos momentos desarrollando una actividad de negocios porque no tienen ninguna otra manera de obtener ingresos, y crear su empresa y fue la única opción posible para poder subsistir. Según la Competencia base Económica para la Formación de Emprendedores (CEFE), este tipo de emprendimientos presenta la tendencia al fracaso, salvo que el empresario se asocie con otros emprendedores de mejor perfil, que busque asesoría constante para la mejora de su negocio y que se preocupe por desarrollar cada una de sus características emprendedoras personales lo antes posible, ya sea participando en talleres de formación de empresarios, leyendo revistas sobre emprendedurismo, y tratando de mejorar día tras día su perfil; solamente de ésta manera logrará que su empresa se mantenga y busque las fuentes de financiamiento a través de las iniciativas que existen en la actualidad por medio de Bandedal.

La situación para este grupo vulnerable de emprendedores es complicada, dado que El Gobierno de El Salvador, ha tenido poco involucramiento en el impulso de una estrategia de apoyo a emprendedores, debido a que se genera una confusión entre apoyo a emprendimientos de alto potencial y el apoyo a MIPYMES establecidas y/o microempresas de subsistencia a través de la agencia gubernamental encargada, CONAMYPE.

4.1.2 Recursos Financieros y Capital de Trabajo inicial

Las preguntas 2, 6, 13 y 14 atañen a los recursos económicos necesarios para iniciar su emprendimiento; la pregunta dos está enfocada a conocer el capital inicial de cada emprendedor. En el primer tramo se encuentran, 42 personas (86%) que producen para el auto consumo, las

que buscan trabajo en condiciones de dependencia y a las que, por no haber encontrado trabajo en condiciones de dependencia, generan su propio empleo insertándose en el mercado, con rangos de \$500.00 a \$2,000.00 dólares que circulan de forma mensual como capital de trabajo y bajo riesgo propio. A este grupo se le puede llamar emprendimiento de subsistencia.

En el segundo tramo se encuentran emprendedores que han tenido un tiempo mayor de estar en el mercado, conocen de alguna forma como opera el negocio (14%) y son personas que, a partir de cierto nivel de acumulación previo, sea capital propio o ajeno, invierten, bajo riesgo propio, en la constitución de algún negocio. Este grupo, aunque tenga experiencia previa en los negocios donde opera, mezcla los ingresos con los gastos familiares (78%), no se encuentran bancarizados y el 20% aplica controles mínimos a través de un libro de ingresos (pregunta 2 y 13, anexo 2).

El impacto de la crisis actual no es sólo económico - financiera, sino también de tipo social. En la actualidad tanto las crisis por pandemia, como la crisis de las políticas públicas de fomento de la creación de empresas, se han enfocado más al logro del aumento de la tasa de emprendimiento debido a que la economía salvadoreña se encuentra en una situación precaria (desempleo, cierre de empresas, bajo flujo de divisas). En la situación actual, según (la pregunta 6, anexo 2), de los 49 emprendedores del bajo lempa encuestados (90%), han decidido no cerrar sus negocios y esperan iniciativas que permitan dar un impulso a sus proyectos, lo que hace patente la necesidad de atender más a la calidad de creación de iniciativas que a fomentar su cantidad. La crisis que vive el país por el COVID – 19 y las condiciones socioeconómicas actuales, han permitido que muchos empleos se pierdan y empresas cierren sus puertas, pero también ha puesto un importante cambio en cuanto al tipo de iniciativas que se ponen en marcha.

La pregunta 14 (anexo 2), relacionada a la misma categoría de recursos financieros, presenta que 40 emprendedores (82%), aplicaron a créditos para capital de trabajo. Estos datos reflejan que es poca la cantidad de emprendedores que tiene acceso o buscan un financiamiento de tipo bancario, y como capital de riesgo utilizan sus propios ahorros o los de familiares y amistades. En este caso existe la tendencia que, si un emprendedor no presenta un plan de negocios, el sistema financiero, no aprueba las solicitudes, dado que el criterio que aplican está relacionado con el capital de desarrollo, el cual se aporta para facilitar el crecimiento sano de empresas que al poco de nacer demuestran su potencial de crecimiento y las proyecciones financieras son consistentes con el funcionamiento de los emprendimientos.

4.1.3 Nivel de Educación

La última categoría analizada corresponde al nivel educativo y la falta de capacitación para emprendedores de nivel principiante, básico, avanzado y expertos. Esta investigación presenta como parte de la propuesta académica, un Plan de Formación Financiera para el nivel principiante y reforzamiento al nivel básico. La pregunta 4 (nivel de escolaridad) y pregunta 7 (¿Considera que su nivel académico afecta su emprendimiento?; anexo 2). Puede afirmarse que la relación entre el perfil emprendedor y el nivel educativo es contraria, por ejemplo, a mayor educación menor perfil emprendedor, y viceversa, lo anterior está demostrado en la encuesta donde el 85% de los emprendedores (34 personas) alcanzaron sexto grado y (8 personas) lograron cursar el noveno grado. Esto es contrario a lo determinado por (Cowling, 2000), donde afirmaba que la educación influye de manera positiva en los emprendedores. La explicación está en el mismo hecho de cómo se imparte la educación en El Salvador, un sistema educativo con enseñanza convencional, educación tipo “bancaria” o “empresarial”, en donde no se fomenta la creatividad ni se despierta el espíritu emprendedor desde la época infantil. Por otra parte, existe

una relación positiva entre nivel educativo y motivación por emprender, a mayor nivel educativo, mayor motivación de emprender por oportunidad, mostrando que, a mayor nivel educativo de un emprendedor, tomará mayor iniciativa en su proyecto empresarial.

Las preguntas relacionadas con la categoría educativa, las cuales en este apartado se refiere a la formación financiera – contable (preguntas 8, 9, 10, 11, 12 y 15, anexo 2), están enmarcadas dentro del contexto operativo financiero – contable y como parte del plan de formación, se abordan en su contexto. Ante esta situación, se ha diseñado un programa propio para emprendedores y emprendedoras. La encuesta revela que el 88% no ha recibido capacitación contable (pregunta 8) y que los principales problemas que enfrentan los emprendimientos es el conocimiento financiero (80%), según la pregunta 9, los emprendedores deben desarrollar habilidades y conocimientos financieros, dado que la liquidez, rentabilidad, fijación de precios, evaluación de costos y gastos forman el (16%) y que (67%) de los encuestados no saben cómo calcular los costos de producción (preguntas 9,11 y 12, anexo 2).

Para aclarar los aspectos financieros, es necesario tomar en cuenta que, si los emprendedores del bajo lempa, quieren lograr un objetivo inmediato, a corto plazo, se deberá enfatizar en los bajos precios, en el tipo de interés y los beneficios financieros que van a lograr las y los clientes con la compra del producto; para ello es necesario saber cómo fijar los precios de venta.

Un aspecto a considerar, es que los emprendedores motivados por la “necesidad”, tienen una racionalidad económica de reproducción familiar (la empresa es el medio para la supervivencia familiar), poseen un sentido de logro poco desarrollado, y su perfil emprendedor es débil, como lo hemos visto a través de la investigación. Para lograr el éxito deben fortalecer

muchas características emprendedoras personales, entre las cuales se encuentran: iniciativa, persistencia, responsabilidad y cumplimiento, establecimiento de objetivos y metas, búsqueda de información, y planificación sistemática.

La pregunta 10 relacionada a la contribución del plan de formación financiero para aprender y sacar adelante sus negocios, el 100% respondió que es necesario y la pregunta 15 relacionada a ¿Considera tener la capacidad administrativa para el manejo del emprendimiento?, el 55% dicen que si, y un 45% argumenta que no están preparados. No obstante, esta respuesta contrasta con la realidad, más bien lo que se aprecia es el espíritu emprendedor, en ese sentido a raíz de los resultados, se considera que el siguiente perfil es el que debe tener un emprendedor en El Salvador, para que, al momento de iniciar una aventura empresarial, pueda cosechar el éxito deseado:

- i. Su motivación al emprender debe ser el aprovechamiento de una “oportunidad”.
- ii. Poseer un sentido de logro con desarrollo medio o muy desarrollado.
- iii. Su racionalidad económica debe ser hacia la orientación intermedia u orientación hacia la acumulación de capital.
- iv. Dedicarle más de 9 horas al día a su empresa.
- v. Orientación hacia la capacitación continua de su personal (familiar o particular)
- vi. Mantenimiento de un inventario de productos amplio y diferenciado de la competencia.
- vii. Los productos que venda deben ser de fácil comercialización, por lo menos, al inicio de su proyecto de negocios.

Un emprendedor que tenga alguna debilidad en una de las áreas mencionadas (por ejemplo, en su perfil emprendedor y las características emprendedoras personales), debe buscar minimizar estas debilidades, a fin de elevar su potencial emprendedor y lograr crecer con cualquier proyecto empresarial que decida iniciar.

4.2 Plan de Formación Financiera para emprendedores principiantes y básico

EL plan de formación financiera está organizado en seis secciones en donde se explican los componentes que hacen parte del plan de formación financiero de negocio que todo emprendedor debe considerar. El insumo para elaborar un plan de negocio es la información de mercado, investigar y tratar de conocer todo sobre la lógica del negocio, no obstante, se enfoca en el área financiera, como resultado del diagnóstico planteado en la interpretación y análisis de la información obtenida.

Al elaborar un plan de negocio siempre se tiene en cuenta que no se debe encarar como un instrumento de planificación rígido, se escribe en papel y con lápiz, está sujeto a permanentes correcciones.

El plan de negocio debe hablar por el emprendedor, cuanto más claras sean las ideas, mejor serán los resultados. Un buen plan puede ser utilizado para conseguir nuevos socios e inversionistas, para establecer alianzas con proveedores y presentar a entidades financieras a fin de obtener créditos. El usuario más frecuente del plan es el mismo emprendedor.

4.2.1 Estructura organizativa del negocio.

Paso 1: Iniciar con la estructura organizativa del negocio

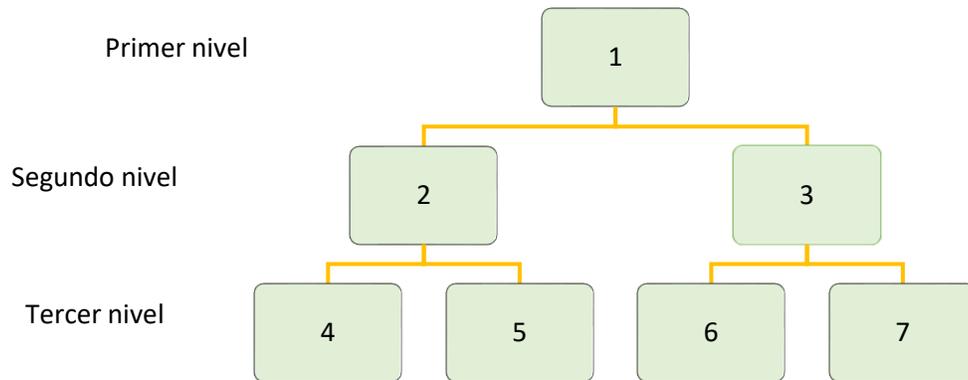


Figura 6. Estructura Organizativa del Negocio. Para organizar el negocio es necesario las funciones y responsabilidades por cargo, y delegar esa responsabilidad con supervisión constante.

Fuente: Elaboración propia.

Paso 2: Contratar personal

La contratación de personal, puede ser familiar o particular, una vez establecida la estructura jerárquica, se asignan funciones y responsabilidades (administrativa, comercial u operativa) de acuerdo al puesto que ocupe dentro de la organización.

Paso 3: Evaluación del desempeño

Es necesario aplicar una evaluación de desempeño antes de los 60 días de la contratación para verificar si la decisión de la contratación del personal fue acertada. Puede ser aplicable en cualquier momento, con el objetivo de realizar promociones internas del personal y como mínimo una vez al año se debe realizar esta evaluación a todo el equipo.

Tabla 1.

Formato de evaluación: (puntajes del 1 al 5)

Criterios	1	2	3	4	5
Calidad del trabajo					
Creatividad					
Relaciones personales					
Trabajo en equipo					
Comunicación					
Cumplimiento de normas					
Responsabilidad					
Actitudes					
Capacidad de aprendizaje					

Fuente: elaboración propia

- | | |
|---|------------------|
| 1 | Deficiente |
| 2 | Necesita mejorar |
| 3 | Bueno |
| 4 | Muy Bueno |
| 5 | Excelente |

Firma	Evaluador	Cargo	Fecha
-------	-----------	-------	-------

Paso 4: Entrando al área financiera

Lo que se pretende es determinar la viabilidad económica del emprendimiento, para ello, se determinará la inversión inicial necesaria, el financiamiento, los costos y los ingresos.

A través de los indicadores económicos financieros, los cuales ayudarán a tomar la decisión de iniciar el emprendimiento o replantear las estrategias establecidas originalmente.

Paso 4.1: Inversión

Para determinar el total de recursos a invertir y comenzar a funcionar, se debe sumar los activos fijos (inmuebles, muebles, mobiliario, herramientas, vehículos), la inversión pre-operativa si hubiera (elaboración del proyecto, gastos legales, capacitaciones, otros) y el capital de trabajo.

Capital de trabajo: Es el capital necesario para mover el negocio, representada en valor monetario que El negocio necesita para cubrir los costos hasta que las cuentas por cobrar entren en la caja.

Corresponde a una reserva inicial disponible para iniciar el negocio.

Caja mínima: representa la reserva en dinero necesario para que el negocio financie sus operaciones iniciales.

Paso 4. 2 Elaboración del presupuesto de ventas

*Tabla 2.
Formato de presupuesto*

No.		Producto	Proyección de ventas	
			Ingreso Mensual	Gasto mensual
1		Unidad vendida		
		Precio por unidad		
		Total		
2		Unidad vendida		
		Precio por unidad		
		Total		

Fuente: Elaboración propia

Un presupuesto de ventas es una estimación de las ventas para un período futuro. A menudo se dividen en estimaciones del primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del año. Este presupuesto calcula las ventas en unidades, así como los ingresos estimados por unidades que se esperan vender.

Paso 4.3 Costos y gastos

Los costos asociados a la producción (alimento para ganado, aves de corral, panadería producción camaronera), conocida como materia prima, insumos y embalajes son clasificados como costos variables.

Los gastos, relacionados a (salarios, equipo de trabajo, implementos de limpieza, u otro gasto menor), deben clasificarse como gastos de operaciones.

Paso 4.4 Costos Fijos

Son todos los costos que no se alteran en función al volumen de producción o la cantidad vendida en un mes. Aunque el negocio venda menos de lo normal (punto de equilibrio), donde se igualan los costos y gastos con las ventas, deberá pagar algunos compromisos como alquiler, electricidad, salarios fijos, y otros gastos de operación. La suma de todos los valores contabilizados corresponde al costo fijo, que se deben pagar independientemente al nivel de ventas.

Tabla 3.

Detalle de costos fijos

No.	Descripción de la Cuenta	Valor Mensual	Valor anual
1	Salario del propietario o socio		
2	Salarios fijos		
3	Alquiler		
4	Aguinaldos		
5	Vacaciones		
6	Seguros		
7	Agua		
8	Teléfono línea fija y Celulares		
9	Internet		
10	Cable		
11	Depreciación mensual		
12	Energía eléctrica		
13	Mantenimiento / Limpieza		
14	Gastos de movilización		
	Totales		

Fuente: Elaboración propia

Es importante mencionar que el cuadro de costos fijos se debe de ajustar a la actividad principal del emprendimiento y este cuadro es para referencia.

Paso 4.5 Costo de personal

En este apartado, se deben listar los cargos y todo lo que esté relacionado con salidas de dinero del personal que labora en el negocio (salarios, comisiones, vacaciones, aguinaldos), todos los cargos y sus respectivas remuneraciones valoradas. Se deben clasificar según el tipo de costo que representa y verificar que aparezcan en los cálculos de costo para ser contabilizados. Se debe tener el cuidado de no duplicar estos compromisos.

Tabla 4.

Detalle de remuneraciones.

Áreas	Remuneraciones				Total
	Salarios	Comisiones	Vacaciones	Aguinaldo	
Dirección					
Administración					
Ventas					
Operaciones					
Total					

Fuente: elaboración propia

Se pueden agregar otras áreas o modificarse de acuerdo con el giro del emprendimiento.

Paso 4.6 Rentabilidad

Es un indicador que mide el retorno del capital invertido. Se maneja bajo la forma porcentual por unidad de tiempo (mes o año). Se calcula dividiendo la utilidad líquida por la inversión inicial o total. La

rentabilidad permite comparar con las tasas actuales pagadas por el dinero en el mercado financiero (bancos). Permite evaluar el costo de oportunidad de la inversión y tomar decisiones.

Paso 4.7 Fijación de precios

En este ítem, se hace referencia como se debe colocar un precio de venta para un cliente: El siguiente ejemplo es aplicable a cualquier producto.

Tabla 5.

Formato para fijación de precios.

Producto	Precio de venta	Costo	Venta en unidades	Venta Total	Costo Total	Margen Bruto	% ganancia bruta	Gastos	Margen Neto	% Ganancia neta
A	\$2.25	\$1.50	100	\$225.00	\$150.00	\$75.00	33%	\$30.00	\$45.00	20%

Fuente: Elaboración propia

Paso 4.8 Plan de capacitación

Para completar el plan de formación financiera, se incluye un plan de capacitación para emprendedores del Bajo Lempa, como medida para fortalecer la cultura emprendedora e incentivar a que implementen las herramientas que se proporcionan y comiencen a pensar en no trabajar para subsistencia o como empleados, si no que piensen en crear ideas de negocios y que busquen innovar en lo que hacen, pero sobre todo que tengan el deseo de constituir sus ideas en proyectos concretos que les generen lucro y que contribuyan al desarrollo personal de los involucrados.

La propuesta incluye una serie de principios que deben poner en práctica para formar una sociedad de emprendedores y emprendedoras con una cultura de trabajo, armonía y paz.

- i. Disciplina: capacidad de actuar de forma ordenada y perseverantemente, para conseguir un bien, teniendo en cuenta la exigencia de lineamientos.
- ii. Responsabilidad: Característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta.
- iii. Solidaridad; Se manifiesta en reconocer en el bien común, el sentido de una vida exitosa para todos.
- iv. Compromiso: Permite que una persona de todo de sí misma para lograr sus Objetivos comunes y personales.
- v. Honestidad: Consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad.
- vi. Tolerancia: Es la capacidad de saber escuchar y aceptar a los demás, valorando las distintas formas de entender y posicionarse en la vida.
- vii. Respeto: Valorar a los demás, aceptar y apreciar las cualidades del prójimo y sus derechos.
- viii. Creatividad: Capacidad de generar nuevas ideas, acciones o pensamientos novedosos.
- ix. Perseverancia: Se realizan esfuerzos mentales, intelectuales, espirituales y emocionales para lograr resultados concretos.
- x. Ética: Pautas de comportamiento que regulan la conducta

Tabla 6.

Plan de capacitaciones básico para emprendedores

Actividades	Temas principales	horas	Año 2021: sábados						
			Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.
Explicar los ítems del plan de formación financiera	Modulo I: fomento de la cultura emprendedora	16	■						
Presentación experiencias y resolución de ejercicios prácticos sobre el plan de formación financiera.	Modulo II: Aplicando las herramientas financieras	16				■			
Refuerzo de herramientas aplicadas en el plan de formación financiera	Modulo III: Pagos, cobros, gastos, costos, Ingresos, beneficios, rentabilidad, fijación de precios	16	■						
Evaluación		8							■

Fuente: Elaboración propia

4.2.2 PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES

PLAN DE NEGOCIOS (véase anexo 2)

El plan de negocios diseñado para Emprendedores, es un documento que sirve de soporte para implementar iniciativas propias de este rubro dentro de un segmento de mercado donde se quiera participar: (ganadero, panadería) u otro tipo de emprendimiento. Por lo tanto, se debe planificar de forma sencilla la estrategia a seguir, con el objeto de lograr el equilibrio entre los costos, gastos e ingresos que se tengan para el primer año (2021), procurando que la incertidumbre del emprendedor, no se transforme en una situación de “desesperación” que le impida ver la realidad hacia donde quiere llegar minimizando sus riesgos.

Se debe tener en cuenta, que aún en un escenario como el que actualmente se vive, siempre existen oportunidades de negocio que requieren de personas luchadoras con iniciativa, valor, ganas de trabajar y salir adelante.

PROPOSITOS

El propósito del plan, es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de emprendimiento, tomando en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales. Como emprendedor, el motivo de la elección de un negocio, es para buscar la mejora de la comunidad en general y la familia en particular.

Lo importante para aprender a desarrollar emprendimiento es realizar entrevistas con otros emprendedores para que cuenten de primera mano sus experiencias e indicar cuales fueron sus mayores errores, evitando repetir esas experiencias.

LA IDEA COMO BASE DE TODO EMPRENDEDOR - FASE I

La fase 1 comprende La IDEA, esta debe ir unida a una o varias oportunidades de negocio, debido que es necesario para el emprendedor preguntarse si existe alguien dispuesto a pagar por ello. Una de las razones de peso para iniciar un emprendimiento es que todos queremos ser “MI PROPIO JEFE”, por otra parte, se buscan alternativas al desempleo a través del autoempleo. La Idea es la base para emprender un proyecto.

REFLEXIÓN PREVIA DE LA IDEA. DEFINIR TU MODELO DE NEGOCIO - FASE II

No todos los planes de negocio analizan sus proyectos por medio del Análisis DAFO, dado que algunos lo incluyen en los análisis mercadológicos, pero este tipo de herramientas debe ser estudiado dentro del análisis previo de la idea, justo en el momento

en el cual el emprendedor se plantea si continua, abandona o modificamos la idea.

¿Qué es un DAFO? De manera simple, consiste en un análisis “sencillo e intuitivo del negocio a emprender”. Para este tipo de negocio, se debe limitar al apunte en un folio de las ventajas e inconvenientes que se tiene de la idea.

Se dividen en dos partes:

Factores Internos: Están ligados al emprendedor y si son detectados, se pueden tomar medidas y ser modificados o eliminados, en el caso de las debilidades o, por el contrario, pueden obtener provecho y rendimiento en el caso de las Fortalezas.

Factores Externos: Su principal característica es que el emprendedor no interviene para nada, van a venir dados e impuestos de fuera. Es importante, saber que no se puede hacer nada para evitarlos y vienen impuestos por el Mercado. Se pueden reconocer y anticipar a ellos, para tomar decisiones.

4.2.3 MODELO DE NEGOCIO (CASO PRÁCTICO)

Formato para presentar el plan de negocio

Nombre de la Idea de negocio LACTEOS DEL CORRAL
Nombre del negocio (ò estructura legal) LACTEOS DEL CORRAL
1. Planeamiento del negocio (Productos y/o servicios, a que clientes esta dirigido el producto, competencia y financiamiento)
Visión Llevar productos alimenticios de bajo costo a los miembros de las comunidades, situadas en el Bajo Lempa, Jiquilisco, Usulután.
Misión Ser Los mayores productores de productos derivados de la leche en la Zona del Bajo Lempa
Objetivos <ol style="list-style-type: none">1. Abastecer a las tiendas de productos lácteos de la Zona del Bajo Lempa.2. Dar precios competitivos en el mercado de productos lácteos en el Bajo Lempa.3. Tener un surtido amplio de productos derivados de la leche.
Breve descripción del negocio (Productos y/o servicios, a que clientes está dirigido el producto, competencia y financiamiento)
Nos dedicamos a producir ganado bovino y los derivados de la leche en la zona del Bajo Lempa. Actualmente, los asociados contamos con 25 cabezas de ganado para iniciar el proyecto. La ubicación del proyecto es en el Bajo Lempa, que es una zona ganadera y de fácil acceso a las vías de comunicación en el país.

Comportamiento del mercado (tamaño del mercado, clientes, factores sociales, competencia, otros).

Análisis del entorno empresarial: Evaluar que emprendedores, empresas o instituciones trabajan en el mismo sector, analizar con cuales se podría realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan.

El negocio será establecido en una zona ganadera, en la cual los lugareños venden productos similares, pero en cantidades pequeñas, de tal forma que se podría comprar materia prima de bajo costo para procesar en caso de escases de la materia prima.

Por otra parte, cercano a la ubicación del negocio se encuentran dos plantas procesadoras de productos lácteos, a quienes se les puede vender materia prima consistente en leche cuando no se tenga la capacidad de producir toda la materia prima

Cabe mencionar que se tiene mucha competencia por ser una zona ganadera, sin embargo, se tiene la posibilidad de asociarse para ser más competitivos

Mercado potencial (tendencia del mercado)

Concepto	No.
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	6,000
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	3,000
Establecer la cantidad que compran por período	1,500 lbs
Establecer la Cantidad de productos o servicios a ofrecer	500 lbs

Segmento de mercado: Público objetivo

Tiendas comunitarias y pupuserías de la zona del Bajo Lempa. Con aproximación a 150 negocios en la zona.

Ventaja competitiva

Número de ganado en proceso de producción, por lo que la materia prima está disponible para manejar los costos.

Análisis de la competencia (DEBE DE REALIZARLO POR PRODUCTO)

Tabla 7.

Análisis de competencia

Emprendedor	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo vende?
	Alta	Regular	Poca				
1	X			Tiendas	Precios Bajos	Bajo Lempa	
2		X		Consumidor	Calidad	Bajo Lempa	
3			X	Tiendas	Entregas	Bajo Lempa	
4		X		Consumidor	Calidad	Bajo Lempa	
5		X		Tienda	Precios Bajos	Bajo Lempa	

Fuente: elaboración propia

Estrategias de mercado (plan de mercadeo)

a. Estrategias del producto

Enumerar de manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios postventa, garantías, otros), adicional, se debe resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de otros emprendedores en zonas diferentes o negocios de la competencia.

Se creará una red de clientes, a tendiendo a domicilio y por medio de WhatsApp, se realizarán ofertas semanales para liquidar productos y dar a conocer nuevos productos mediante impulsión y muestras a clientes de nuestros clientes.

b. Estrategias de precios (Considerando 1 libra de queso)

¿Cuál debe ser el precio del producto?	US\$ 2.25
¿Cómo se ha determinado el precio?	Costos más un 30% de ganancia
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Introducción al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios Diseño del envoltorio o bandeo de productos que aporte al deseo de compra del cliente	

c. Estrategias de distribución (plaza, plan de operaciones)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, detalle, delivery, otros.)

La venta será con distribuidores en tiendas locales y delivery si los consumidores finales solicitan el producto con una compra mínima.

d. Estrategias de promoción

¿Que se hará para promocional el negocio?	Bajo Precio, bandeo
---	---------------------

¿Cuánto dinero se debe invertir en las actividades?	Dependerá del presupuesto calculado para promociones y unidades
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos. Ver alianzas con las tiendas	

Estudio técnico de la producción

Describa las características de la localización del negocio

Ubicado en la zona rural del Bajo Lempa, a 10 KM de la calle principal, en una zona de fácil acceso y alta que reduce el riesgo de inundaciones.

Realizar un bosquejo de lo que será la distribución del local (área de trabajo)

Se tiene mapeado 3 tiendas por comunidades, considerando el radio de influencia de 60 tiendas serían unas 90 tiendas más los delivery

Especificaciones técnicas

<p>Detallar las especificaciones técnicas y el diseño del producto.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quesos presentados en marcos. 2. Y leche en botellas de vidrio. 	<p>Incluir una imagen del producto descrito</p> 
---	--

Hacer un listado de las maquinas, equipos y herramientas que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido.

Tabla 8.

Listado de maquinaria o equipo

Maquinaria	Cantidad (unidades requeridas)	Equipos y herramientas	Cantidad (unidades requeridas)
Prensas para quesos	15	Ordeñadoras	15
Baldes	5	Succionadores	15
Huacales	10	Para 25 botellas de leche	15

Fuente: elaboración propia

Realizar el cálculo de Materiales y/o Materias Primas que usarán en el proceso productivo

Tabla 9.

Calculo de materiales y materias primas

Materia Prima Insumos	Cantidad Unidades Requeridas	Unidades a Producir	Necesidad de Materiales
LECHE	300 botellas	35 lbs	60 cuadros de madera, media libra por caja de madera
Pastilla de cuajo	30 Pastillas	35lbs	

Fuente: elaboración propia

Hacer un listado de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios para la elaboración del producto o servicio.

La vaquita	Pastillas de cuajo
Otros productores de leche	Leche

Organización de las personas en el proceso productivo.

Hacer un listado de las personas que se necesitan para producir la cantidad de bienes o servicios detallados en este Plan de negocio.

Puesto de trabajo	Número
Corralero	1 corralero
Cuajar la Leche	2 personas que cuajen

Enumere las tareas según las responsabilidades de cada uno

Tabla 10.

Tareas y responsabilidades del personal

Puesto de trabajo	Tareas del puesto	Experiencia
Corraleros	Manejo de ganado	6 meses
Cuajaderas	Cuajar la leche	2 meses
Empacadores	Empacar queso	2 meses

Fuente: elaboración propia

Estudio económico

Tabla 11.

Proyección de ventas

PRODUCTOS		DESCRIPCIÓN		UNIDADES BASE		PROYECCIÓN DE VENTA	
No.	Producto	Unidades	Días de Venta	Ingreso/Unidades Mensual	Costo/Unidades Mensual		
1.- LECHE, 25 BOTELLAS DIARIAS	Unidad vendida Botellas	125	30	3,750	3,750		
	Precio por unidad Botellas			0.45	0.15		
	Total			1,687.50	562.50		
2.- CRIAS PARA LA VENTA	Unidad vendida	2	1	2	2		
	Precio por unidad			450.00	200.00		
	Total			900	400		
Subtotal				2587.50	962.50		
Tasa impositiva				0.00%	0.00%		
Otros costes/gastos:		Transporte		0.00	30.00		
Ingresos - Coste total				2587.50	932.50		

Fuente: elaboración propia

Tabla 12

Plan de inversión para emprendedoras



Nº.	Rubro	Valor Unitario	Unidad requerida	Inversión	Valor Anual
1	Activos fijos				
	Terrenos Contrapartida	30 manzanas	5,000.00	150,000.00	
	Maquinaria y equipo	15	600.00	9,000.00	
	Herramientas	5	25.00	125.00	
	Muebles y enseres	3	75.00	225.00	
	Total, activos Fijos		5,700.00	159,350.00	
	Capital de Trabajo				
	Leche	500 botellas de L	500.00	200.00	2,400.00
	Mano de obra	4 personas	4.00	600.00	7,200.00
	Materia prima	35 pastillas	35.00	8.75	105.00
	Total, capital de trabajo				
	Totales			319,508.75	9,705.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 13

Determinación de la estructura de costos



Determinación de la estructura de costos

Producto representativo	Quesos frescos
Unidad de Costos:	300
Periodo de estimación	2 días

Volumen de producción periodo 300 quesos frescos 2 días
laborales

Rubro	Valor Unitario	Unid. Requeridas	Fijo	Costo Total Variable
1. Costos Directos				
Materiales				
Pastillas de cuajo	0.25	30	7.50	
Leche en litros	0.35	400	140.00	
Leche en polvo Libras	0.35	15	15.35	
Mano de Obra				
Obreros para cuajar	16	3	48.00	
Lecheros	16	2	32.00	
Gasto de Fabricación				
Marcos de madera	0.5	300	150.00	
Plástico para cubrir producto	0.1	300		30.00
Total, Costos Directos			392.85	30.00
2. Costos Indirectos				\$ 422.85
Gastos Administrativos				
Gastos de Cobros	16	1	16	
Gastos de Ventas				
Reparto	16	1	16	
Viñetas de presentación	0.25	300	75	
Degustación	8	1		8
			107	8
Total Gastos Indirecto				\$ 115.00
Total			\$537.85	
Costo Unitario			\$ 1.79	

Fuente: elaboración propia

Paso siguiente, determinar **El costo Total Unitario** de producción

$$CTU = CFU + CVU$$

$$CFU = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Número Total de Unidades producidas durante el ciclo de vida del proyecto}}$$

$$CVU = \frac{\text{Costo Variable total}}{\text{Número de unidades producidas en un periodo de tiempo (días, semanas, meses, etc)}}$$

Ahora se puede calcular el Precio de Venta Unitario – PVU

$$PVU = CTU + GANACIA$$

Figura 7. Determinación del Costo Total Unitario de Producción

Fuente: elaboración propia de acuerdo a Contabilidad Administrativa 13 edición 2006

Tabla 14

Unidades producidas de quesos y litros de leche vendidos

No.	Producto	Precio del Producto	Periodos			
			Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1	Queso fresco	3	300	300	300	300
2	Leche líquida Litros	0.45	100	100	100	100

Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Proyección de venta para 4 semanas.

No.	Producto	Precio del Producto	Periodos				Total
			Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	
1	Queso fresco	3	900	900	900	900	3,600.00
2	Leche líquida Litros	0.45	45	45	45	45	180
Totales			945	945	945	945	3,780.00

Fuente: elaboración propia

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

Los elementos claves que hemos considerado para el lanzamiento del plan de negocios son:

- El producto satisface una necesidad.
- La calidad y el precio son adecuados.
- Buscamos ser líder en emprendimiento para la zona del bajo lempa
- Estamos bien ubicados en la zona céntrica del Bajo Lempa.

LA ORGANIZACIÓN

Las emprendedoras del Bajo Lempa, cuenta con una organización acorde a las exigencias requeridas, se contará con un plan de capacitación y el entrenamiento que se reciba, serán las bases que sustentan la idea de implementar un plan de negocios como el que se detallado, a la vez juegan un rol fundamental para lograr el crecimiento sostenido y rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo de emprendedurismo.

4.3 PRUEBA DE HIPÓTESIS

Definición de la hipótesis

El plan de formación financiera para mujeres emprendedoras que ejecutan fondos de la ONG` s ACUDESBAL de la zona sur de Usulután, Jiquilisco, Bajo Lempa influirá positivamente en el crecimiento y fortalecimiento a corto y mediano plazo de iniciativas económicas.

Población (49 emprendimientos)

La investigación sobre el plan de formación financiera, se ha diseñado para aplicarse al universo de 49 emprendedoras sin utilizar muestra. Ellas son parte de ACUDESBAL, en las comunidades de Jiquilisco, Bajo Lempa.

Estadísticos para determinar si se acepta o rechaza la hipótesis basado en la encuesta

- i) Del total de la población el 70% tiene un grado de escolaridad de 6° grado, el 16% de 9° grado y el 14% bachillerato.
- ii) Un 61% de las emprendedoras consideran que si le afecta el nivel académico y el 39% consideran que no les afecta.
- iii) Un 88% de las emprendedoras nunca ha recibido capacitación financiera y un 12% sí.
- iv) Un 80% de las emprendedoras manifiestan tener problemas sobre conocimientos financieros, como evaluación de costos, gastos, rentabilidad, liquidez y fijación de precios.
- v) Un 100% consideran que el plan de formación financiera contribuiría a resolver lo problemas y al crecimiento gradual.

Aprobación de la Hipótesis

A partir de los hallazgos encontrados por medio de los resultados de la encuesta se acepta la hipótesis, ya que el plan de formación financiera para emprendedoras influirá positivamente en el crecimiento y fortalecimiento a corto y mediano plazo, que se verá reflejado en una mayor rentabilidad a través de la capacitación por medio de un plan de negocio adaptado al tipo de emprendimiento. Con el Plan de formación financiera se logra impulsar las capacidades individuales de cada emprendedora y sus competencias para lograr los objetivos y metas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La investigación ha permitido desarrollar una herramienta de control financiero que fortalecerá los emprendimientos de las mujeres de ACUDESBAL.
- El plan de formación financiero será una herramienta que aportará conocimiento a las emprendedoras y fortalecerá los emprendimientos en el corto y mediano plazo.
- Con la investigación se determinó que variables como “tiempo de operación o posesión del negocio”, “recursos económicos y financieros” y el “nivel educativo”, explican el perfil emprendedor y el éxito o fracaso de un proyecto empresarial.
- La mujer emprendedora salvadoreña ha demostrado fortaleza en su “iniciativa”, “responsabilidad y cumplimiento” pero se encuentra débil con respecto al conocimiento de cómo administrar su negocio, fijar precios, saber cuáles costos pueden mejorarse y buscar información adecuada para fortalecer sus iniciáticas de emprendimiento.
- Es importante que El Estado conozca la situación del sector emprendedor, al momento del diseño e implementación de las políticas públicas, que contribuya para que los / (las) emprendedores de la microempresa puedan salir adelante con su proyecto empresarial.
- La actual situación delictiva del país se encuentra en niveles extremos, obligando a muchos emprendedores a cerrar su única fuente de supervivencia.
- La economía salvadoreña ha sido duramente golpeada por la pasada crisis financiera y ahora por la pandemia del COVID – 19, eso demuestra que el Gobierno debe tener una capital semilla, pensando en las nuevas generaciones y proponiendo alternativas que verdaderamente apoyen el fomento del emprendedurismo, para la creación de una “Sociedad de Emprendedores”.

- Debe insistirse en la necesidad del fomento de un mayor espíritu emprendedor, capacitado con herramientas administrativas y financieras básicas, para el cambio de modelo que demanda la economía salvadoreña.
- Todos los actores deben de implicarse en hacer que el sistema educativo, el marco institucional y las propias empresas o negocios se organicen de un modo más favorable al arraigo de la cultura del emprendimiento. En este sentido, el presente documento constituye una aportación para la formación y creación de las ideas propias, culturales y al mejor conocimiento del enorme valor que para nuestra sociedad salvadoreña tienen las personas Emprendedoras.
- El conocimiento financiero que aporta el plan de formación financiera da como resultado una mayor rentabilidad y auto sostenibilidad en mediano y corto plazo.

5.2 Recomendaciones

- Es importante que El Salvador se integre al consorcio de países GEM, para poder tener referentes internacionales con los cuales compararse a nivel de país, con economías similares y otras más avanzadas.
- Partiendo de la información obtenida por esta y otras investigaciones que se encuentran el proyecto GEM, desarrollar emprendedoras y emprendedores salvadoreños en áreas clave detectadas, las que corresponden a las dependencias del Gobierno, CONAMYPE, y el Ministerio de Economía evaluar, consideramos que existe capital intelectual en El Salvador para llevar adelante el proyecto GEM de país.
- CONAMYPE, como ente gubernamental, debe apoyar la creación de nuevas empresas y acompañar a las MYPES existentes en una etapa de consolidación e incluso de aceleración

empresarial; incluyendo la orientación a la transformación de emprendimientos que nacen por “necesidad” y enfocarlos hacia emprendimientos por “oportunidad”.

- Con la llegada de la pandemia COVID – 19, la educación en El Salvador debe ser enfocada una serie de valores fundamentales para el desarrollo personal, social y económico. El esfuerzo, el aprendizaje continuo, el afán de superación, la capacidad de pensamiento y aprendizaje autónomos o el reconocimiento de los méritos son valores y capacidades imprescindibles para emprender en cualquier faceta de la vida.
- La educación en el fomento del espíritu emprendedor debería estar presente en todas las etapas formativas de la vida, presentando la cultura emprendedora como algo natural y positivo. El espíritu emprendedor se debería introducir en la educación desde las primeras etapas con un nuevo enfoque de la enseñanza (por ejemplo, la educación basada en las competencias).
- A las y los emprendedores debe brindárseles formación especializada para el desarrollo de las características emprendedoras personales, así como para el manejo de la empresa, y estas acciones pueden comenzar a realizarse de manera focalizada en la zona del Bajo Lempa y otros lugares donde haya emprendedores.
- Respecto al marco legal y fiscal, el Gobierno debe incorporar el otorgamiento de incentivos fiscales que propicien la reorientación de recursos hacia la gestación de nuevas empresas o negocios formales en el país. Estos incentivos deben orientarse a exonerar en forma gradual y paulatinamente al emprendedor del pago sobre diversas cargas fiscales, previo estudio del gobierno, lo que se traduciría en una inversión que El Salvador debe hacer en la generación de nuevas fuentes de riqueza.

BIBLIOGRAFÍA

- Caneda González, A., García Alvarez, O., & García Erquiaga, E. (2009). ¿Cómo es el emprendedor gallego de éxito? (F. Caixanova, Ed.) *Ediciones Atalaya del Emprendedor* .
- Cowling, M. (2000). *¿Son diferentes los empresarios entre países? Cartas de Economía Aplicada* (Vol. 7).
- Gutierrez Montoya, G. A. (2012). El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador: análisis comparativo con países GEM. *Retos* .
- Ely, R. T., & Hess, R. H. (1937). *Contornos de la Economía*. Nueva York: Macmillan.
- Gutierrez Montoya, G. A. (2012). El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador: análisis comparativo con países GEM. *Retos* .
- International Development Association and International Monetary Fund. (2001). *The Challenge of Maintaining Long- Term External Debt Sustainability* . Washington, DC.
- Herbert, R. (1982). *The Entrepreneur, Mainstream View*. New York: Preager Publisher.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2005). *Emprendedores*. Madrid: McGraw - Hill.
- Hoselitz, B. (1951) *The early history of entrepreneurial theory. Explorations in Entrepreneurial History*, 3, 4, 193-220.

Moriano Leon, J. A. (2005). *El perfil Psicosocial del Emprendedor*. Madrid: Colección de Estudios del Consejo Económico Social (CES).

Schaper, M. (2002). *La esencia del emprendimiento: emprendimiento ambiental*. Australia: Universidad de Tecnología .

Sampieri, R., Collado, L., & Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta Edición*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

Schaper, M. (2002). *La esencia del emprendimiento: emprendimiento ambiental*. Australia: Universidad de Tecnología .

Colección de Estudios del Consejo Económico Social (CES).

Schaper, M. (2002). *La esencia del emprendimiento: emprendimiento ambiental*. Australia: Universidad de Tecnología .

Soriano, R. R. (2003). *Guía para realizar investigaciones Sociales*. México: Plaza y Valdez S.A. de C.V. 40° Edición.

ANEXOS

Apéndice A: Formulario de encuesta de investigación

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Estimada/o

Estamos realizando un estudio para un trabajo de graduación, el cual consiste en la elaboración de un Plan de Formación Financiera para Mujeres Emprendedoras de la Zona Sur de Usulután Municipio de Jiquilisco Bajo Lempa.

Se solicita su colaboración contestando unas preguntas con respuestas anónimas y con fines académicos.

Objetivo: Obtener información sobre los emprendimientos financiados por ONG y liderados por ACUDESBAL durante el año 2018.

Dirigido a: Mujeres que desarrollan directamente las actividades de emprendimiento.

Indicaciones: Marque con una “X” en el espacio en blanco.

Datos del contenido:

PREGUNTA N.º 1

¿A qué se dedica su emprendimiento?

Objetivo: conocer el tipo de emprendimiento.

Tabla 16
grafico No. 1

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Ganado lechero	21	43%
Aves de corral	18	37%
Producción camaronera	6	12%
Panadería	4	8%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

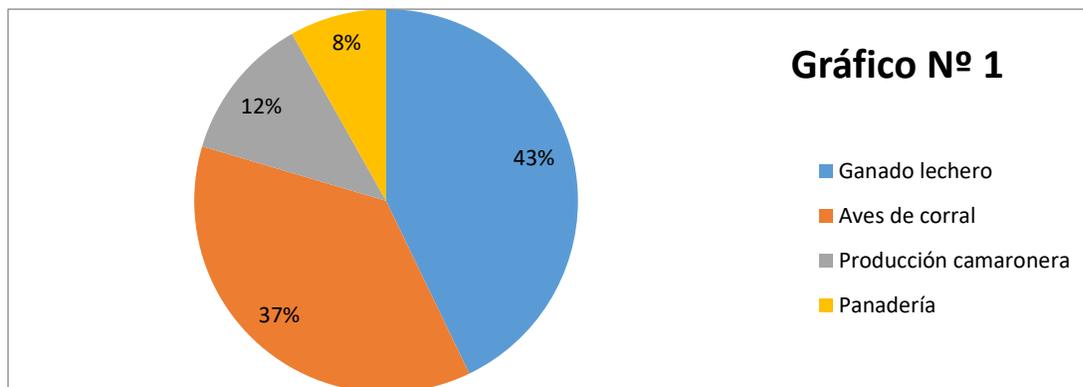


Figura 8: ¿A qué se dedica su emprendimiento?

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 2

Marque el rango del valor inicial recibido para su emprendimiento

Objetivo: conocer el capital inicial del emprendimiento.

Tabla 17

Grafico No. 2

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a.	\$ 500.00 a \$1,000.00	23	47%
b.	\$1,001.00 a \$2,000.00	19	39%
c.	\$2,001.00 a \$3,000.00	1	2%
d.	Más de \$3,001.00	6	12%
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

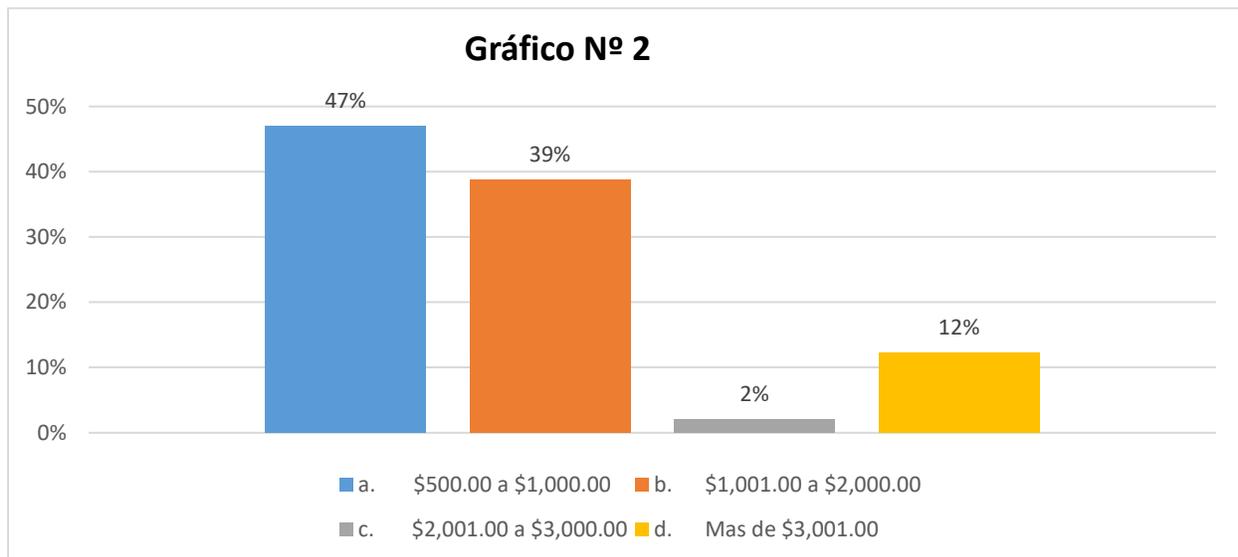


Figura 9: Capital inicial del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 3

¿Marque el rango de tiempo de operar con su emprendimiento?

Objetivo: tiempo de operación del emprendimiento

Tabla 18

Grafico No. 3

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
a. 0- 12 meses	6	12%
b. 1-2 años	16	33%
c. 2-3 años	17	35%
d. Más de 3 años	10	20%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

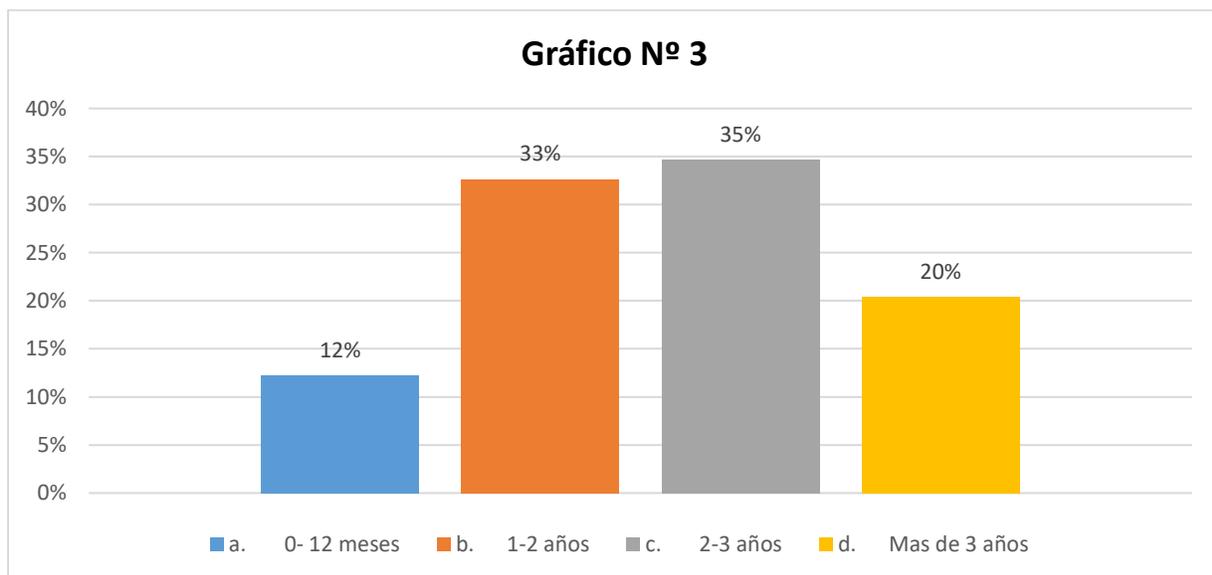


Figura 10: Tiempo de operar del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 4

Marque el grado escolar alcanzado

Objetivo: Grado de escolaridad

Tabla 19

Grafico No. 4

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a.	1° a 6° grado	34	70%
b.	7° a 9° grado	8	16%
c.	Bachiller	7	14%
d.	Universitaria	0	0%
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

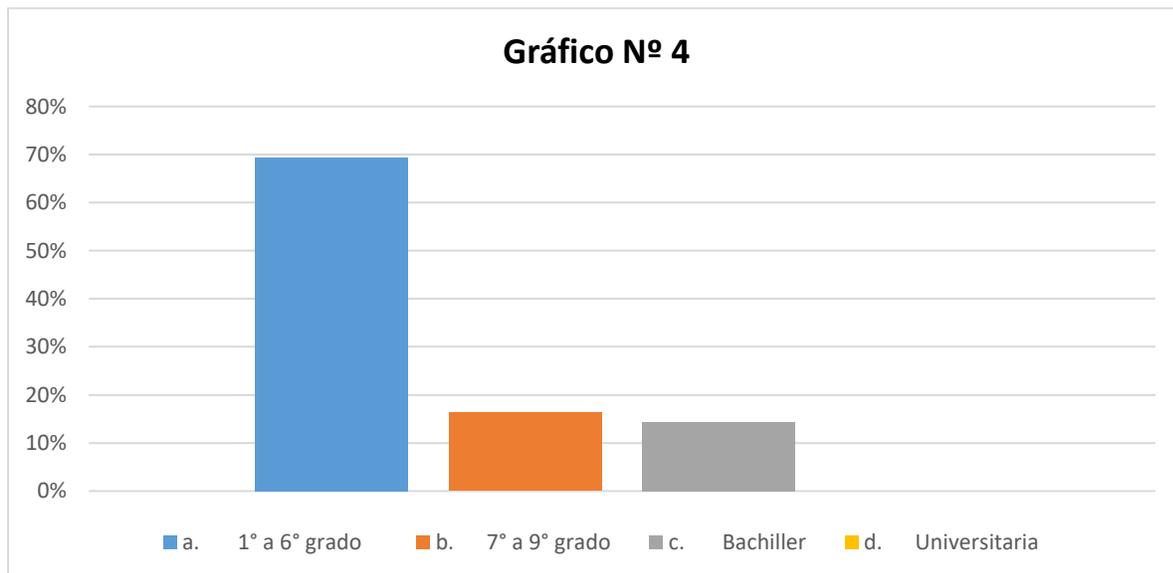


Figura 11: Grado de escolaridad

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 5

¿Su emprendimiento es individual o asociado?

Objetivo: Emprendimientos socios o individuales

Tabla 20

Gráfico No. 5

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Individual	41	84%
Asociado	8	16%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

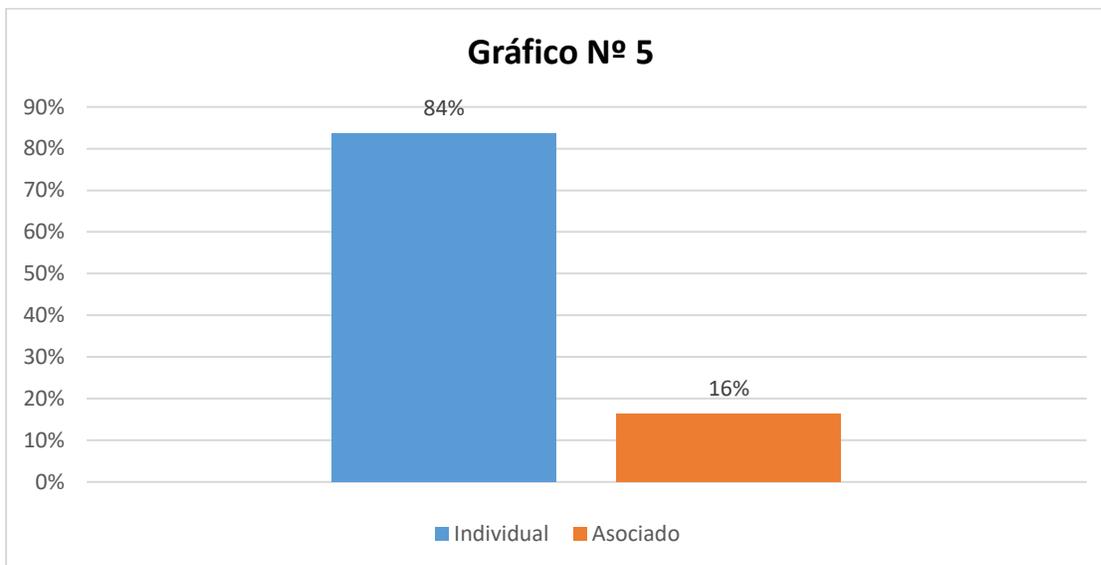


Figura 12: Emprendimiento socio o individual

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 6

¿Ha de cerrar su negocio temporalmente, si su respuesta es sí explique el motivo?

Objetivo: Conocer cierres de negocios y motivos

Tabla 21
Gráfico No. 6

Opciones	Frecuencia		N =
	Absoluta	Relativa	
a. Si.	5	10%	49
b. No	44	90%	
Motivo de cierre: agotamiento de Capital de trabajo	1	2%	
Motivo de cierre: Pandemia COVID-19	4	8%	

Fuente: elaboración propia

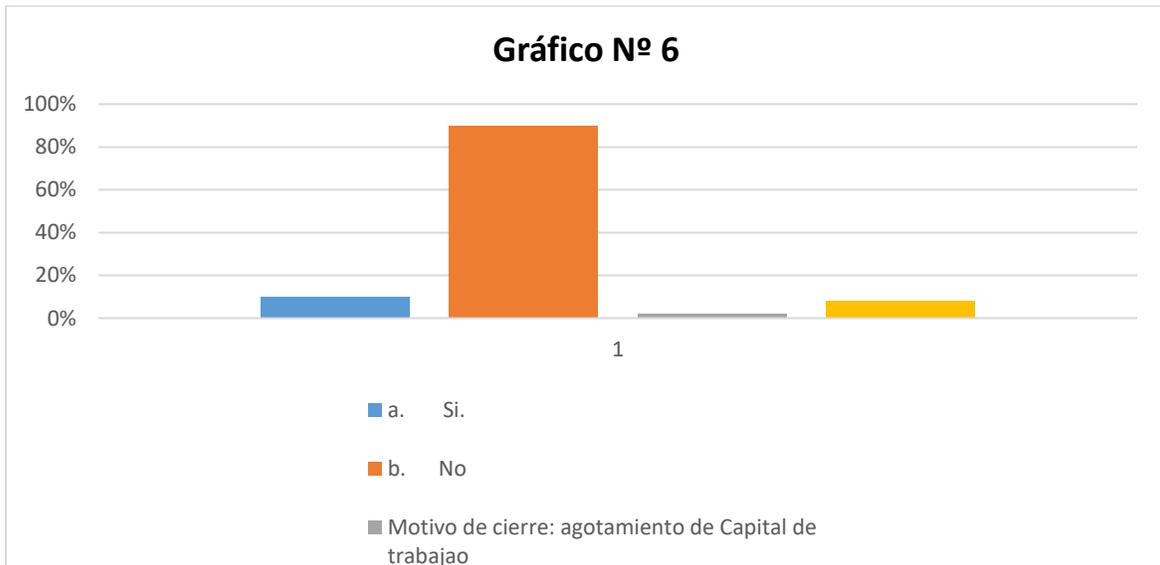


Figura 13: Conocer motivos de cierre de emprendimientos

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 7

¿Considera que su nivel académico afecta su emprendimiento?

Objetivo: Nivel académica

Tabla 22

Grafico No. 7

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a.	Si.	30	61%
b.	No	19	39%
c.	Porque		
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

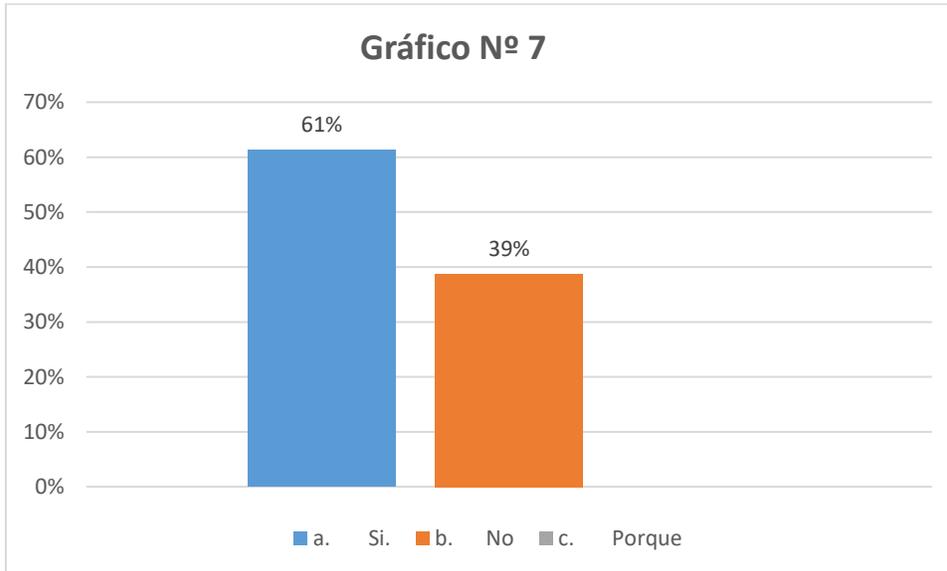


Figura 14: Nivel académico afecta el emprendimiento

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 8

¿Ha recibido capacitación contable financiera para el emprendimiento?

Objetivo: Capacitación contable financiera

Tabla 23

Grafico No. 8

Opciones		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a.	Si.	6	12%
b.	No	43	88%
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

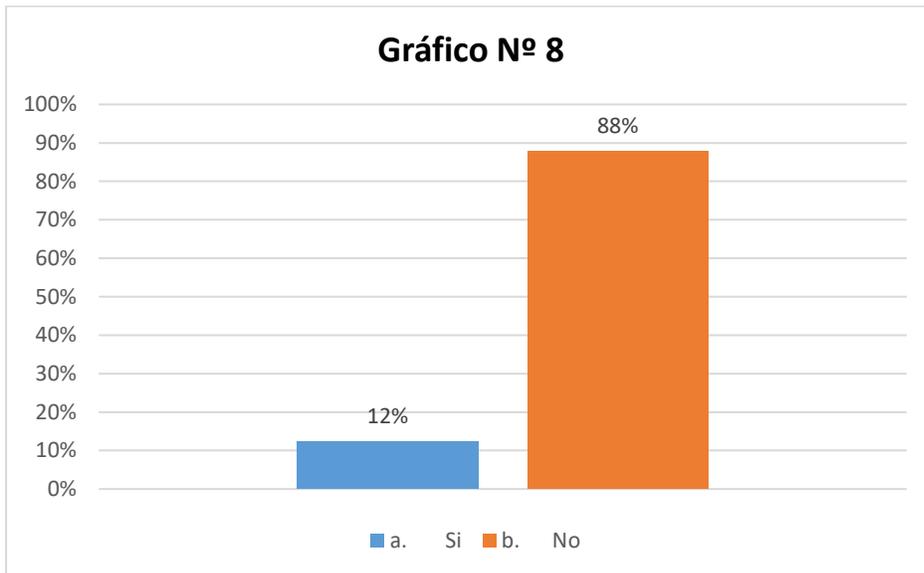


Figura 15: Capacitación contable financiera

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 9

¿Marque cuáles de los siguientes problemas a tenido en su emprendimiento?

Objetivo: Principales problemas de los emprendimientos

Tabla 24
Gráfico No. 9

Opciones		Frecuencia	Frecuencia
		Absoluta	Relativa
a.	Liquidez (dinero para trabajar)	1	2%
b.	Rentabilidad (obtiene ganancias)	2	4%
c.	Fijación de precios (precios competitivos)	2	4%
d.	Evaluación de costos	2	4%
e.	Evaluación de gastos	1	2%
f.	Crecimiento económico	0	0%
g.	Capacidad emprendedora	1	2%
h.	Conocimiento financiero	39	80%
i.	Empoderamiento del mercado	1	2%
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

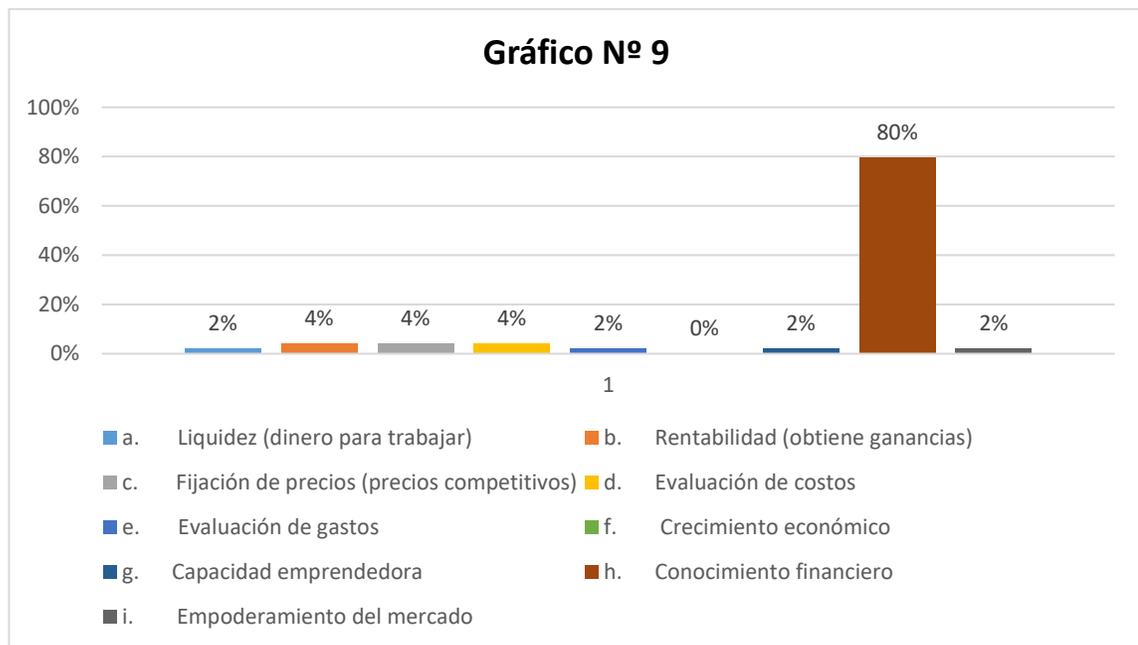


Figura 16: principales problemas de los emprendimientos

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 10

¿Considera que un plan de formación financiera contribuiría a solventar los problemas de la pregunta anterior?

Objetivo: contribución del plan de formación financiero

Tabla 25

Grafico No. 10

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
a. Si.	49	100%
b. No	0	0%
c. Porque		
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

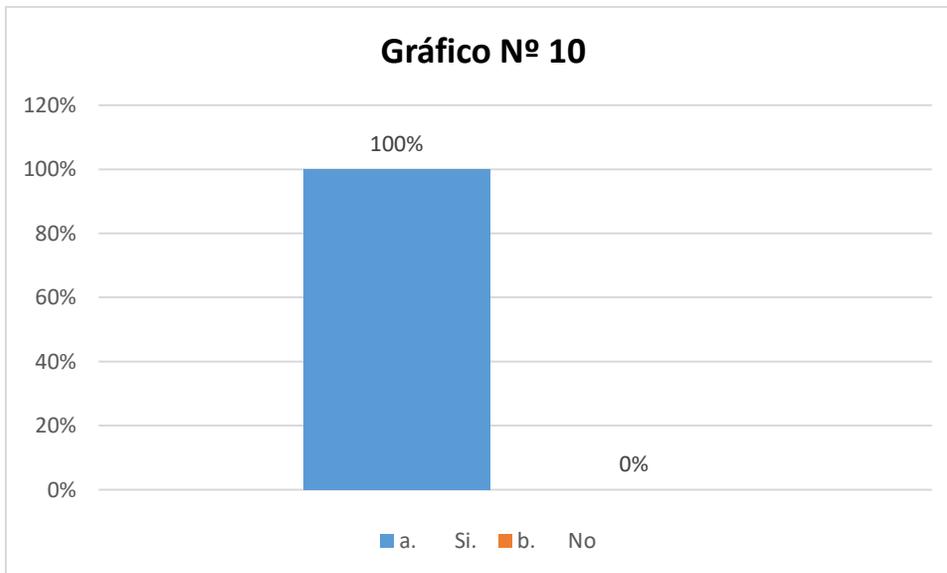


Figura 17: Contribución del plan de formación financiera

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 11

¿Marque alguna forma de calcular costos?

Objetivo: Determinación de costos

Tabla 26
Gráfico No. 11

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
a. Costos fijos + costos variables	3	6%
b. Materia prima + utilidad	3	6%
c. Mano de obra + materia prima	5	10%
d. Otros gastos + costos directos e indirectos	5	10%
e. Otra forma de calculo	33	67%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

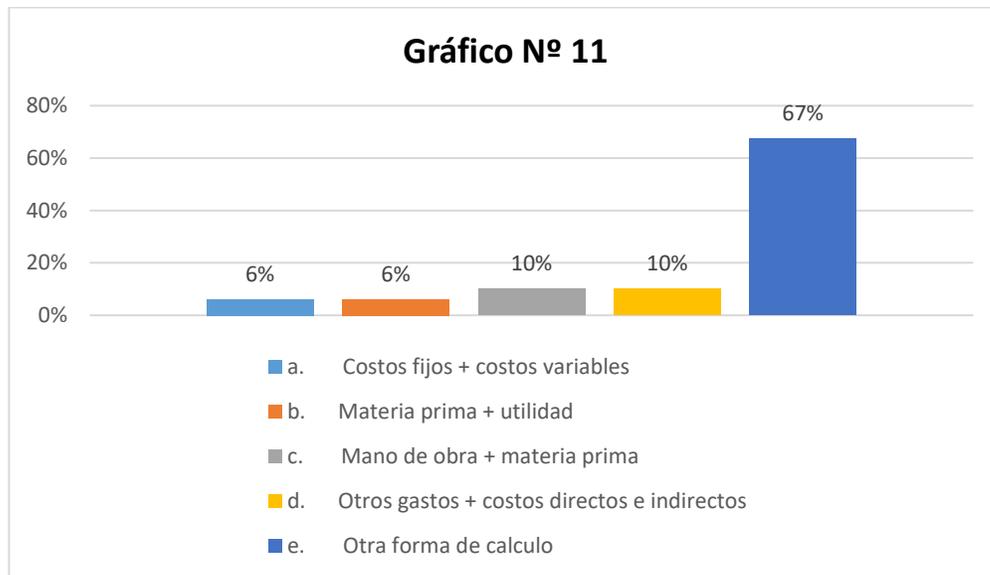


Figura 18: Determinación del costo

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 12

Marque como estima su precio de venta

Objetivo: Estimación de precio de venta

Tabla 27
Grafico No. 12

Opciones		Frecuencia	Frecuencia
		Absoluta	Relativa
a.	Precio de mercado	13	27%
b.	A partir del precio de producción + utilidad	0	0%
c.	Simple intuición	27	55%
d.	Precio variable por la cantidad de producción	1	2%
e.	Precio variable por la época del año	8	16%
Total		49	100%

Fuente: elaboración propia

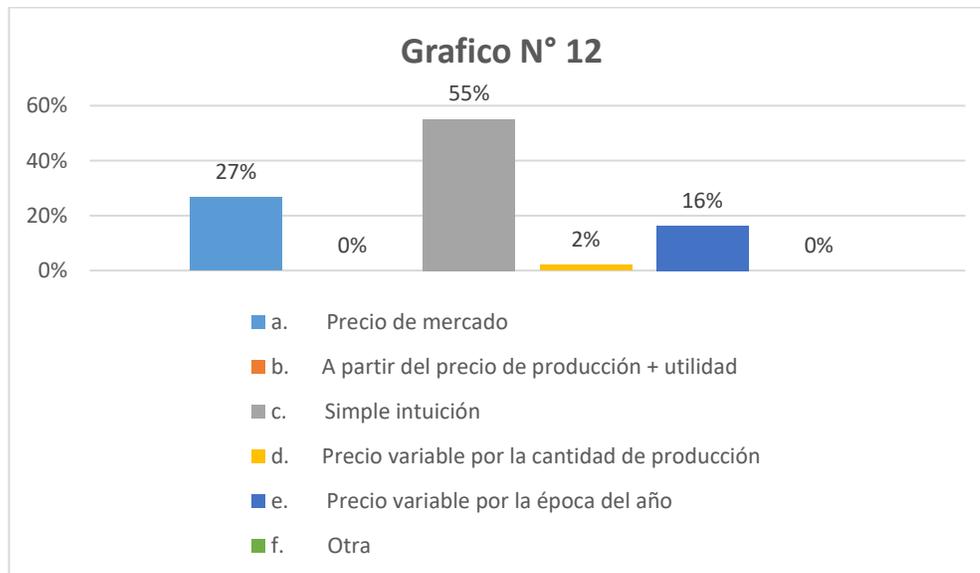


Figura 19: Estimación de precio de venta

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 13

Marque las formas de como maneja los ingresos del emprendimiento

Objetivo: Conocer la independencia financiera de los ingresos

Tabla 28
Gráfico No. 13

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
a. Se manejan en una cuenta bancaria propia del emprendimiento	0	0%
b. Se mezclan con los ingresos de todos los miembros de la familia	38	78%
c. Se controlan en un libro de ventas	10	20%
d. No se hace nada	1	2%
e. Otra forma de manejo	0	0%
f. Explique como lo hace	0	0%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

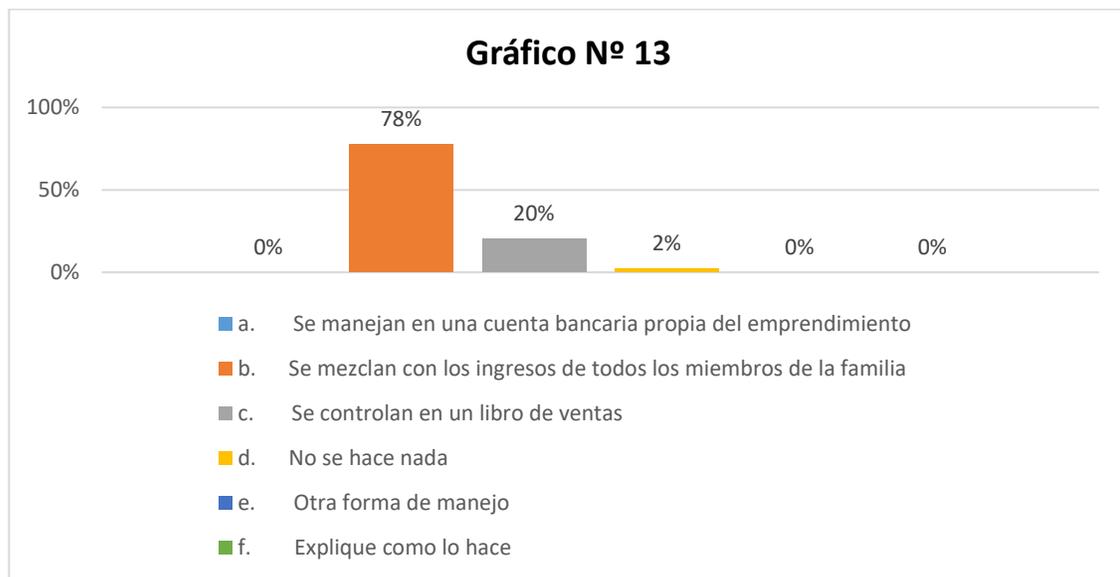


Figura 20: Independencia financiera de los ingresos

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 14

¿Aplicó para obtención de crédito para capital de trabajo?

Objetivo: Financiamiento del emprendimiento

Tabla 29
Gráfico No. 14

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a. Si.	40	82%
b. No	9	18%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

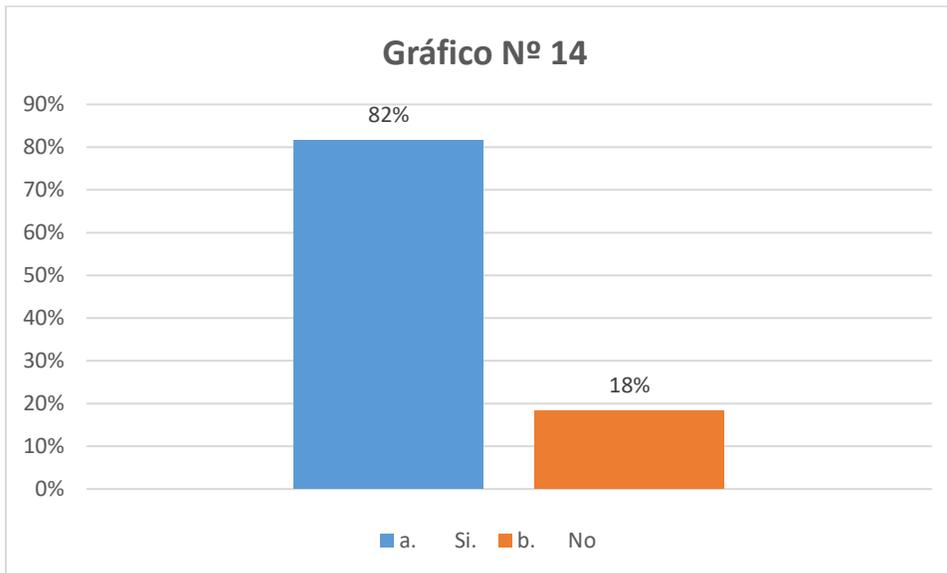


Figura 21: Financiamiento del emprendimiento

Fuente: elaboración propia

PREGUNTA N.º 15

¿Considera tener la capacidad administrativa para el manejo del emprendimiento?

Objetivo: Capacidad administrativa

Tabla 30

Grafico No. 15

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
a. Si.	27	55%
b. No	22	45%
Total	49	100%

Fuente: elaboración propia

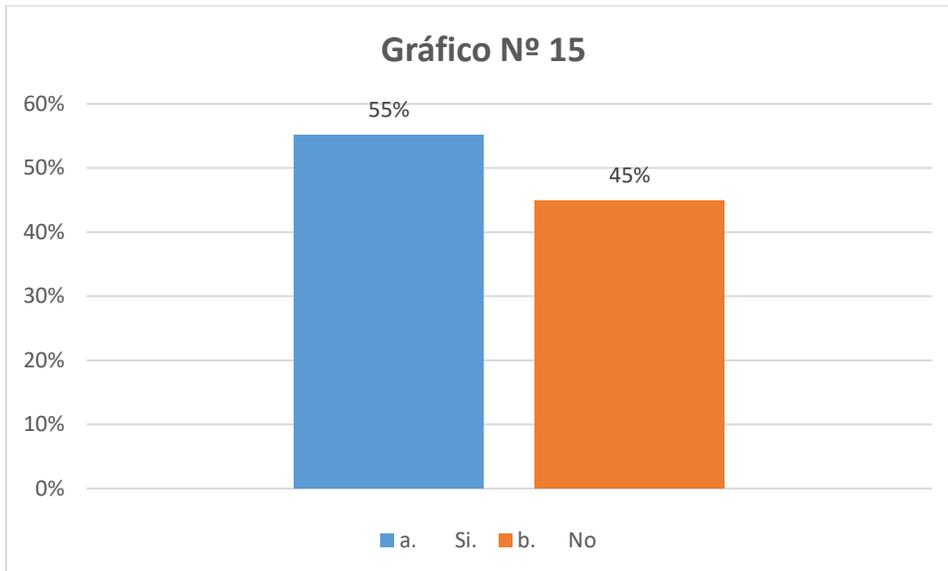


Figura 22: Capacidad administrativa

Fuente: elaboración propia

Apéndice B: Capacitación sobre el Plan de Negocios.

QUE ES UN PLAN

1

- Un **plan es** un modelo sistemático que detalla qué tareas se deben llevar a cabo para alcanzar un objetivo, para lo cual se establecen metas y tiempo de ejecución.



El diagrama muestra un círculo central verde con el texto "PLAN DE NEGOCIOS". Alrededor de este círculo central hay cinco círculos de colores que representan componentes clave: un círculo amarillo a la izquierda con el texto "EMPRENDEDOR", un círculo azul superior con "ADMINISTRACIÓN", un círculo azul superior-derecha con "ESTUDIO DE MERCADO", un círculo azul inferior-derecha con "MODELO DE NEGOCIO", y un círculo rojo inferior con "ORGANIZACIÓN". En la parte inferior derecha del diagrama, hay una ilustración de un hombre y una mujer en trajes de negocios revisando documentos.

EL PLAN

2

- Establece objetivos, metas, actividades y el tiempo de realización.
- En otras palabras, responde a las preguntas Qué, Quién, Cómo y Cuándo



Una fotografía tomada desde una perspectiva superior que muestra a dos hombres en trajes de negocios sentados a una mesa, revisando y discutiendo documentos y papeles.

PLAN DE NEGOCIOS

3



- Es el documento que explica en qué consiste, cómo se define el negocio que le interesa empezar o que ya se está desarrollando.
- Igualmente se lo considera un resumen de cómo el dueño de un negocio, intentará organizar una labor comercial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito.

UTILIDAD DEL PLAN

5



Saber si es viable y rentable la iniciativa que proponen en el mediano y largo plazo. Con esto lo que se hace es evitar gastos innecesarios o pérdidas de tiempo en proyectos que tal vez no tengan sentido

UTILIDAD DEL PLAN



6

- El plan permite que sus organizadores reflexionen acerca de la idea inicial, busquen las mejores alternativas y den forma a un pensamiento coherente que será la llave del éxito del emprendimiento.



UTILIDAD DEL PLAN



7

- El plan también sirve como una especie de carta de presentación de la misma para que en los tiempos iniciales se acerquen los inversionistas o bien los futuros y posibles socios y clientes.

UTILIDAD DEL PLAN



8

Se emplea internamente para la administración y planificación del emprendimiento, porque:

- 
- 
- Ordena lógicamente y secuencialmente la fase de ejecución.
 - Permite realizar el seguimiento de la ejecución y ayuda a la reprogramación.
 - Facilita el proceso de evaluación.

CONTENIDO DEL PLAN DE NEGOCIOS



1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO

10



- Nombre del negocio y ubicación
- Estructura legal
- Producto o servicio que ofrece
- A qué tipos de clientes está dirigido el producto/servicio
- Competencia
- Financiamiento

2. ANALISIS DEL MERCADO

11



- **TAMAÑO DEL MERCADO**
 - De acuerdo al marco geográfico
 - Medir en unidades comparativas



2. ANALISIS DEL MERCADO



12

• CLIENTES

- Factores demográficos (edad, sexo, ocupación, ingresos, educación y estado civil)
- Factores sociales: personalidad, estilo de vida, actitudes (deportes, vacaciones, etc.), opiniones (política, economía, ecología, etc.)
- Otros: si son conscientes del costo de la calidad, importancia de la marca, estacionalidad



2. ANALISIS DEL MERCADO



13

• TENDENCIAS DEL MERCADO

- En la industria
- Nuevas tecnologías para procesar lácteos
- Nuevos modelos de negocio
- Necesidades nuevas o cambiantes de los clientes
- Crecimiento del mercado (positivo o negativo)
- Edad del producto (ciclo de vida)

2. ANALISIS DEL MERCADO

14



Análisis de la competencia
En un estudio de mercado

2. ANALISIS DEL MERCADO

15



- **COMPETENCIA**
- Ventas anuales y participación de mercado de los principales competidores actuales
- Competidores indirectos y potenciales
- Características de sus productos
 - Marca - precio - promoción
 - distribución - tecnología - servicios agregados
 - costos - proveedores

2. ANALISIS DEL MERCADO

16



- **COMPETENCIA**
- Debe hacerse un análisis realista de las fortalezas y debilidades de los productos, servicios de la competencia, así como
- Explicar cómo se manejará la Negocio o empresa ante las situaciones establecidas

3. VENTAS ESTIMADAS

17



- Están basadas en las ventajas del producto, los clientes, el tamaño de mercado, la competencia y la penetración del mercado.
- Debe incluir ventas en unidades y en dinero para los próximos cinco años, con el primer año dividido mensualmente.

4. PLAN DE MERCADEO

18



- Debe definir:
 - Conformación de la fuerza de ventas (independiente?)
 - Promoción directa o indirecta
 - Canales de distribución
 - Políticas de descuentos y comisiones
 - Características del producto a enfatizar
 - Políticas de precios
 - Medios publicitarios
 - Servicios complementarios

5. VENTAJA COMPETITIVA

19



- Es la ventaja que se tiene sobre los competidores ofreciendo más valor a los consumidores, ya sea ofreciendo precios inferiores a los de la competencia o proporcionando una cantidad mayor de beneficios que justifique la diferencia del precio más alto.

5. VENTAJA COMPETITIVA

20



- La ventaja puede estar en cualquiera de los criterios clave de compra:
 - Calidad del producto
 - Apariencia (diseño y empaques)
 - Funcionalidad
 - Accesibilidad
 - Servicios posteriores a la venta
- OJO: todos los criterios afectan el precio

6. PLAN DE OPERACIONES

21



- El estado de desarrollo del producto o servicio a ofrecer
- Tareas de desarrollo pendientes a mediano y largo plazo
- Descripción del proceso de producción o de la forma de dar el servicio
- Tipo de instalaciones, espacio de oficina, (dibujo) maquinaria, equipo y fuerza de trabajo que se necesitan

6. PLAN DE OPERACIONES

22



• DECISION

- Crear todos los componentes necesarios para el proceso productivo
- Comprar los negocios o las empresas que tienen los componentes
- Asociarse con otros que provean algunos o todos los componentes necesarios para la producción.

6. PLAN DE OPERACIONES

23



- POSIBLES NECESIDADES DE CAPITAL (INVERSION)
- PASOS NECESARIOS PARA LLEVAR EL PRODUCTO AL MERCADO EN FORMA RENTABLE

7. DIRECCION Y ORGANIZACION

24



- Porcentaje de acciones o de la propiedad de la empresa o participación en el negocio.
- Descripción general de los dueños del negocio
- Organigrama básico del negocio
- Quiénes serán los que toman las decisiones?
- Características de los dueños (currículum). Sueldos y bonificaciones
- Servicios externos a contratar

8. PLAN FINANCIERO

25



- **RECURSOS E INVERSIONES**
 - Costo de desarrollo de los productos/servicios
 - Registros legales (licencias, marcas, etc.)
 - Activos fijos (maquinaria, equipo, instalaciones, inmuebles)
 - Capacitación del personal
 - Capital de trabajo
 - Investigación de mercado y promoción

8. PLAN FINANCIERO

26



- Balance General y Estado de Resultados Proyectados
- Punto de equilibrio
- Período de recuperación de la inversión
- Flujo de efectivo
- Necesidades de financiamiento
- Plan de capitalización
- Riesgos a tomar en cuenta