

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS  
SECCION DE MERCADEO INTERNACIONAL



**TEMA:**

CREACIÓN DE MICROEMPRESA PARA SERVICIOS DE ASESORIA EN  
MARKETING A EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL, 2020

**INTEGRANTES:**

CENTENO MENDOZA, FRANCISCO ALEXIS  
RAMOS VELÁSQUEZ, MADELYN LARISSA  
ULLOA CARRANZA, VALERIA ABIGAIL

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

CIUDAD UNIVERSITARIA ORIENTAL, NOVIEMBRE DEL 2020

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTRO AMERICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**AUTORIDADES**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**RECTOR**

**DR. RAÛL ERNESTO AZCÚNAGA LÒPEZ**

**VICERECTOR ACADÉMICO**

**ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA**

**VICERECTOR ADMINISTRATIVO**

**ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCON SANDOVAL**

**SECRETARIO GENERAL**

**LIC. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN**

**FISCAL GENERAL**

**MTRO. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ**

**DECANO**

**MTRO. OSCAR VILLALOBOS**

**VICE-DECANO**

**MTRO. ISRAEL LÓPEZ MIRANDA**

**SECRETARIO INTERINO**

**MTRO. RAUL ANTONIO QUINTANILLA**

**JEFE DE DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**MTRO. JORGE PASTOR FUENTES CABRERA**

**DIRECTOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**DE LA FACULTAD.**

**MTRO. BALMORE ALEXIS RODRÍGUEZ**

**ASESOR METODOLOGO**

**MTRA. LISSETH NOHEMY SALEH DE PERLA**

**DOCENTE ASESORA Y COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN  
DE LA CARRERA EN MERCADEO INTERNACIONAL DEPARTAMENTO DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS**

**MTRA. MARTA DEL CARMEN VILLATORO DE GUERRERO**

**DOCENTE ASESORA DE TESIS**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS** Le agradezco por bendecirme, brindarme sabiduría, fuerzas para seguir adelante y poder culminar mi carrera universitaria.

**A MIS PADRES**, Roque P. Martínez y Aida Mendoza por motivarme a dar lo mejor de mí, todo el esfuerzo que han realizado y el apoyo que siempre recibí de ustedes. No los voy a defraudar.

**A MI ASESOR DE TESIS**, Dra. Marta Villatoro, por su apoyo y colaboración en mi formación académica.

**A MIS AMIGOS**, Larissa Ramos, Valeria Ulloa, Alexander Otero y Enoc Sorto por ser parte de este proceso, por el apoyo incondicional que siempre mantuvimos, por las anécdotas, lecciones de vida y momentos que hemos compartido.

**A MI ESPOSA**, a quien amo tanto y agradezco por tenerme tanta paciencia, por estar a mi lado en todo momento y por demostrarme su amor todos los días; eres mi inspiración y mi motivación.

**FRANCISCO ALEXIS CENTENO MENDOZA**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS** principalmente por todas las bendiciones que me ha dado, fortaleza, dedicación, positividad, por darme seres queridos que siempre han estado conmigo y sobre todo salud, para culminar esta etapa académica.

**A MIS PADRES**, José Nelson Ramos y Rosa Velásquez porque ellos, son la motivación de mi vida, mi orgullo, quienes han sido mi pilar para seguir adelante, por todo el esfuerzo que han realizado para que cumpla mis objetivos, por estar siempre a mi lado y creer en mi a pesar de los malos y buenos momentos apoyándome en mis decisiones.

**A MIS HERMANOS**, Arleen Ramos y Ludwig Ramos, porque siempre confiaron en mí, por ser parte de mi vida a quienes quiero mucho, por su amor y comprensión.

**A MI ASESORA DE TESIS**, Dra. Marta Villatoro, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento para guiarme en este proceso, por toda la paciencia durante el desarrollo de la tesis.

**A MIS AMIGOS**, Flor Rodríguez, Elizabeth Benítez, Francisco Centeno, Alexander Otero y Valeria Ulloa ya que fueron mis compañeros y gracias a la amistad y apoyo moral, han aportado en un alto porcentaje a mi motivación para obtener este logro.

**MADelyn LARISSA RAMOS VELÁSQUEZ**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS** por darme la sabiduría, responsabilidad, fortaleza y sobre todo salud, para culminar esta etapa académica.

**A MIS PADRES**, José Ramón Ulloa Ascencio (fallecido) y Sandra Elizabeth Carranza por el apoyo incondicional en todo momento, por los valores inculcados, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir y siempre estar apoyándome en mis decisiones.

**A MIS HERMANOS**, José Alexander Ulloa Carranza y Welner Rodrigo Ulloa Carranza, porque siempre me apoyaron y alentaron a seguir esforzándome y con sus palabras hicieron posibles este logro.

**A MI ASESOR DE TESIS**, Dra. Marta Villatoro por todo el esfuerzo que ha realizado para ayudarnos y concluir con este proceso.

**A MIS CATEDRÁTICOS**, mis más sinceros agradecimientos; ya que cada uno aportó en mi carrera universitaria durante todo el proceso hasta finalizar con éxito, gracias por todos los conocimientos que me brindaron a lo largo de mi formación profesional.

**A MIS AMIGOS**, a todos los que ayudaron en mi formación académica.

**VALERIA ABIGAIL ULLOA CARRANZA**

## INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	15
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPITULO UNO: MARCO METODOLOGICO .....	19
1.1 ANTECEDENTES .....	19
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	23
1.4 OBJETIVOS.....	25
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	25
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	25
1.5 DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	26
1.6 DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL .....	27
1.6.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL .....	27
1.6.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	27
1.7 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....	28
1.7.1 UNIDADES DE ANÁLISIS.....	28
1.7.2 UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	31
1.7.3 INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACION DE CAMPO .....	33
CAPITULO DOS: MARCO TÉORICO, LEGAL, CONCEPTUAL E HISTORICO.....	36
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICO.....	36
2.2.1 TEORÍAS.....	43
2.3 MARCO LEGAL .....	51
2.4 MARCO CONCEPTUAL.....	54
CAPITULO TRES: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	57
3.1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....	57
3.1.1 INFORMACION GENERAL DE LOS EMPRESARIOS.....	57
3.1.2 INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LOS EMPRESARIOS .....	58
3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA CONSULTA MICRO EMPRESARIAL. 66	
3.2.1 CONCLUSIONES PARCIALES DEL PLAN DE ESTUDIO.....	67
3.2.2 RECOMENDACIONES PARCIALES DEL PLAN DE ESTUDIO .....	68
CAPÍTULO CUATRO: PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA .....	69
4.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	69
4.1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO A PROPORCIONAR.....	69
4.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	70

4.1.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA .....	70
4.1.4 ANÁLISIS DE OFERTA.....	71
4.1.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....	71
4.1.6 PRINCIPALES COMPETIDORES.....	72
4.1.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	73
4.1.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD .....	73
4.1.9 ANÁLISIS DE MERCADO Y OPORTUNIDAD.....	74
4.2 ESTUDIO TÉCNICO .....	75
4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN.....	75
4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN.....	75
4.2.3 SUMINISTROS E INSUMOS.....	77
4.2.4 MEDIDAS PARA LA OFICINA DE CONSULTORIA.....	78
4.2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	79
4.2.6 PROCEDIMIENTO GENERAL DE CONSULTORÍA.....	81
4.2.7 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	86
4.2.8 ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO	99
4.2.9 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR.....	102
4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	103
4.3.1 INVERSIONES.....	103
4.3.2 COSTOS DE OPERACIÓN VARIABLES Y FIJOS.....	103
4.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y PRECIO .....	106
4.3.4 PROYECCIONES DEL SERVICIO A OFRECER.....	107
4.3.5 FLUJO DE CAJA MENSUAL.....	108
4.3.6 UTILIDAD Y RENTABILIDAD ANUAL.....	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
CONCLUSIONES.....	116
RECOMENDACIONES.....	117
BIBLIOGRAFÍA .....	118
ANEXOS .....	122
ANEXO 1. Mapa de localización del municipio de San Miguel, El Salvador .....	122
ANEXO 2. Obtención de datos para la muestra .....	123
ANEXO 3. Encuesta.....	124
ANEXO 4. Encuesta en línea. ....	126
ANEXO 6. Listado de empresas encuestadas.....	131

<b>ANEXO N° 7. Certificado del cheque</b> .....	132
<b>ANEXO N° 8. Solvencia Municipal</b> .....	132
<b>ANEXO N° 9. Escritura pública de constitución de la sociedad.</b> .....	133
<b>ANEXO N°10. Recibo de inscripción de escritura.</b> .....	134
<b>ANEXO N°11. Solicitud de registro de nombre, marca y patente</b> .....	134
<b>ANEXO N°12. Formulario F-10</b> .....	135
<b>ANEXO N°13. Solvencia de La Dirección General de estadísticas y censo</b> .....	136
<b>ANEXO N°14. Solicitud de matrícula de la empresa</b> .....	137
<b>ANEXO N°15. Matrícula de la empresa</b> .....	138
<b>ANEXO N°16. Inscripción de credencial del representante legal y junta directiva</b> .....	139
<b>ANEXO N°17. Libro de compras</b> .....	140
<b>ANEXO N°18. Libro de venta a consumidores</b> .....	140
<b>ANEXO N°19. Libro de venta a contribuyentes</b> .....	141
<b>ANEXO N°20. Formulario F940</b> .....	141
<b>ANEXO N°21. Formulario de inscripción de la empresa en el ministerio de trabajo</b> .....	142

## INDICE DE CUADROS

Cuadro.1 Segmento de las empresas en San Miguel 2017.....	30
Cuadro.2 Distribución de la muestra de la unidad de análisis.....	33
Cuadro.3 Empresas consultadas por sectores productivos según clasificación empresarial.....	57
Cuadro.4 Tiempo de las empresas de operar en el mercado.....	58
Cuadro.5 Conocimiento de empresarios sobre la relación entre actividades administrativas, de marketing y actividades comerciales.....	59
Cuadro.6 Tipos de problemas que tienen las empresas.....	60
Cuadro.7 Empresas que conocen sobre los servicios de consultoría en marketing .....	60
Cuadro.8 Empresas que han solicitado servicios de consultoría en marketing.....	61
Cuadro.9 Cantidad que invierten los propietarios mensualmente en fortalecimiento.....	61
Cuadro.10 Gestión administrativa, aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	62
Cuadro.11 Gestión financiera, aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	62
Cuadro.12 Departamento de MKI, Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	63
Cuadro.13 Propietarios de empresas dispuestos a invertir en asesoramiento de marketing.....	63
Cuadro.14 Cantidad a pagar mensualmente por una asesoría de marketing... ..	64
Cuadro.15 Opción que brinda mayor seguridad al contratar un servicio de asesoramiento en MKI.....	64
Cuadro.16 Sectores de empresas y cantidad que disponen para invertir en asesoramiento de Marketing.....	65
Cuadro.17 Proyección de la Demanda.....	70
Cuadro.18 Proyección de la Oferta.....	71
Cuadro.19 Energía eléctrica y agua potable.....	77
Cuadro.20 Materiales para aseo y limpieza.....	77
Cuadro.21 Equipo de oficinas.....	78
Cuadro.22 Inversión en mobiliario y equipo de oficina.....	103
Cuadro.23 Viáticos a consultores.....	104
Cuadro.24 Salarios de empleados mensuales y anuales.....	104
Cuadro.25 Energía eléctrica y agua potable.....	105
Cuadro.26 Materiales para aseo y limpieza.....	105
Cuadro.27 Proyección anual del servicio de asesorías en marketing.....	107
Cuadro.28 flujo de caja.....	108
Cuadro.29 Estado de resultados.....	109
Cuadro.30 Balance general.....	110
Cuadro.31 Proyecciones del VAN, TIR, y beneficios del proyecto.....	115

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Tiempo de las empresas de operar en el mercado.....	58
Grafico 2. Conocimiento de empresarios sobre la relación entre actividades administrativas, de marketing y actividades comerciales.....	59
Grafico 3. Tipos de problemas que tienen las empresas.....	60
Grafico 4. Empresas que conocen sobre los servicios de consultoría en marketing.....	60
Grafico 5. Empresas que han solicitado servicios de consultoría en marketing.....	61
Grafico 6. Cantidad que invierten los propietarios mensualmente en fortalecimiento de sus empresas.....	61
Grafico 7. Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	62
Grafico 8. Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	62
Grafico 9. Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas.....	63
Grafico 10. Propietarios de empresas dispuestos a invertir en asesoramiento de marketing.....	63
Grafico 11. Cantidad a pagar mensualmente por una asesoría de marketing.....	64
Grafico 12. Opción que brinda mayor seguridad al contratar un servicio de asesoramiento en marketing.....	64
Grafico 13. Sectores de empresas y cantidad que disponen para invertir en asesoramiento de Marketing.....	65

## **ABREVIATURAS**

AMA: American Marketing Association.

ACODES: Asociación de Consultores de El Salvador

ACODES: Asociación de Consultores de El Salvador.

AEC: Asociación Española de Empresas de Consultoría.

AIH: Empresa de Consultores y Asociados.

AMPES: Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños

ASEINCO: Asociación Española de Empresas de Ingeniería y Consultoras.

CDMYPE: Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas

CEBI: Asociación Europea de Empresas de Ingeniería.

CNR: Centro Nacional de Registro.

CONAMYPE: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

DGII: Dirección General de Impuestos Internos.

DIGESTYC: Dirección General de Estadísticas y Censo.

DUI: Documento Único de Identidad.

ESEN: Escuela Superior de Economía y Negocios.

FD: Factor de Descuento.

FEACO: Federación Europea de Consultoras.

FEDECREDITO: Federación de Cajas de Crédito y Bancos de los Trabajadores.

FMI: Fondo Monetario Internacional

FUSADES: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Economico y Social.

GEM: Global Entrepreneurship Monitor.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

LRC: Ley del Registro de Comercio.

MIPYMES: Micros, Pequeñas y Medianas Empresas.

MYPE: Micro y Pequeña Empresa.

NIT: Número de Identificación Tributaria

OIT: Organizacion Internacional del Trabajo.

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas.

RUC: Registro Único de Contribuyente.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

VAN: Valor Actual Neto.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el trabajo de investigación se analiza la viabilidad para la puesta en marcha de una microempresa para servicios de asesoría en marketing enfocado a empresas ubicadas en el municipio de San Miguel, con el fin de ayudar en el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, con una amplia línea de servicios ajustados a las necesidades de cada empresa, entre los que están: estudios de mercado, definición y gestión de marca, producir contenido de marketing y promoción, servir como enlace con los medios y desarrollar estrategias de marketing.

La idea de negocio surge debido a que se han identificado grandes limitantes en las Pequeñas y Medianas empresas, la principal radica en los problemas de marketing y publicidad, esto impide el crecimiento financiero y no son capaces de satisfacer la demanda del mercado ya que el marketing ha cambiado la manera de hacer negocios en el mundo. El uso de redes sociales, páginas web y la tecnología de los teléfonos inteligentes junto a estrategias y estudios de mercado pueden ser utilizadas por este tipo de empresas para estar al alcance de un mundo cada vez más globalizado.

En la etapa inicial se realizó la búsqueda de la información a través de un estudio de mercado mediante encuestas dirigidas a los propietarios de las pymes siendo esta fundamental para el desarrollo de la investigación. Se realizó un estudio a nivel macro, analizando las variables, económicas, legales y sociales. En lo que respecta a los indicadores financieros de evaluación de inversión, se tiene un resultado positivo, los resultados de los estados financieros proyectados para el primer año, indican una rentabilidad de \$3,927.00 y de \$6,119.40 para el tercer año, lo cual indica que el plan de negocios sería viable financieramente.

## INTRODUCCIÓN

Las asesorías en marketing es un tema relevante que muchas empresas toman en cuenta para poder crecer en el mercado, con el tiempo se han ido posicionando, por tanto, cada vez se vuelve de vital importancia para los dueños de negocios implementarlo en sus empresas.

Cada día las empresas se encuentran presionadas debido a los constantes cambios que ocurren en el mercado, las necesidades y deseos de los clientes. Los negocios afrontan problemas de carácter especial y para lograr su eficiencia hay que realizar modificaciones identificando en conjunto los factores que afecten el éxito de la compañía. Por lo tanto, para no entorpecer las operaciones y obtener resultados objetivos, se acude a la consultoría para solucionarlos.

La investigación tiene por objetivo crear una microempresa de asesorías en marketing que contribuya con el desarrollo económico de las empresas en la ciudad de San Miguel.

La investigación se realiza de forma exploratoria y descriptiva, dirigida para propietarios de microempresas, pequeñas empresas y emprendimientos; llevada a cabo en el municipio de San Miguel, departamento de San Miguel, El Salvador. En la técnica e instrumentos utilizados en la investigación se describe como se obtuvieron los resultados a través de una encuesta en línea.

La presente investigación consta de un total de cuatro capítulos en los cuales se plantea la descripción de todo el proceso para determinar la viabilidad del proyecto.

## **Capítulo I. Marco Metodológico**

En este capítulo se determinó de una manera general el objetivo del proyecto, la oportunidad del negocio, justificación, así mismo los objetivos específicos, el tipo de investigación, una muestra para tener información fidedigna, los alcances y limitaciones del proyecto en cuestión.

## **Capítulo II. Marco Teórico, Conceptual, Legal e Histórico**

En este capítulo se describen distintas construcciones teóricas, formuladas desde el ámbito económico y fisiológico para explicar los distintos procesos dinámicos en torno a las necesidades que se solventarían con la creación de la microempresa, además se describen los conceptos de mayor relevancia en la investigación.

## **Capítulo III. Investigación de Campo**

En este capítulo se describe los resultados de la investigación de mercado que se logró a través un análisis exploratorio y descriptivo, además se desarrolló un análisis cuantitativo utilizando la técnica de encuestas personales, identificando, el nivel de uso, conocimiento y necesidad de contratar una agencia de asesoría de marketing, definiendo la aceptación de la empresa.

## **Capítulo IV. Propuesta de Creación de la Empresa**

En este capítulo se describe la propuesta de crear una empresa como resultados del estudio de investigación realizado lo que permitió determinar la aceptación de la empresa de asesoría de marketing. En ese sentido se definió el servicio a proporcionar, analizar la demanda y hacer un análisis de la oferta, también se establecieron los canales de comercialización y estrategias de promoción y publicidad.

También se describe el estudio técnico donde se establecen los principales procesos para cumplir con los requerimientos de los clientes, plazos de entrega de los servicios ofrecidos, equipamiento, tecnología y los programas a utilizar, la localización del proyecto, así como las consideraciones legales para establecer contrato con el cliente.

Finalmente, el estudio de evaluación financiera en el que se realizó el análisis de la inversión pre-operativa capital de trabajo, así como las fuentes de financiamiento que se necesitan para la operación de la empresa de los presupuestos destinados a cada área y se concluyó con los estados financieros para tres años.

## **CAPITULO UNO: MARCO METODOLOGICO**

En este capítulo se plantea la creación de la microempresa de asesorías de marketing, los objetivos que se pretenden alcanzar, identificando las oportunidades que hay en el mercado y lo importante de realizar esta investigación.

### **1.1 ANTECEDENTES**

El desarrollo y actualización del comercio en el mundo es constante desde las pequeñas hasta grandes empresas, cada día se adoptan diferentes técnicas que se aplican en el mercado para expandirse y posicionarse.

**Antecedentes de Las Pequeñas y Medianas Empresas.** Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) se originan ante la necesidad de las familias de tener un medio de subsistencia independiente; es así que personas emprendedoras crean su propio negocio buscando el bienestar económico de su familia, creando, además, puestos de trabajo. Estas, poco a poco se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza y empleo. Para el dos mil dieciocho en El Salvador había un aproximado de 317,795 micros y pequeñas empresas. (Hernandez, 2018)

Es importante mencionar que las limitantes se deben principalmente a las fallas en el conocimiento del empresario, por lo tanto, la mayoría no posee las instrucciones administrativas necesarias. Desconocen completamente la realidad en que se encuentra el mercado, se les obstaculiza posicionarse y se convierte en un reto ganar nuevos clientes, quienes cada día son más exigentes, de modo que la competencia aumenta sin parar.

**Antecedentes de la consultoría.** La consultoría está en auge debido a las presiones del mercado, la globalización requiere que las compañías soliciten el consejo de expertos en el área, precisan constantemente de mejoras en su desempeño, productividad, su orientación estratégica y sus planes de acción, innovando y/o agregando valor a servicios/productos, proporcionando mejoras en los procesos que realizan.

Apontes y Quintanilla (2008), describen que se ha reconocido a la consultoría de empresas en general como un servicio profesional de gran utilidad para ayudar a los directivos de las organizaciones a identificar y definir los principales problemas que afectan a sus empresas. Como consultor su labor actual, implica la transferencia de conocimientos, y la capacitación del personal, para dar a conocer estrategias que deben implementar.

Durante los últimos treinta años, las actividades de consultoría de empresas han proliferado en varios países del mundo, incluyendo algunos con sistemas económicos diferentes; así mismo, tanto los gerentes del sector público como del sector privado han recurrido a consultores empresariales para resolver los problemas empresariales y realizar los cambios necesarios en sus organizaciones. La creciente demanda de servicios de consultoría se vuelve cada vez más fuertes, las operaciones se vuelven cada día más complejas como resultado de los continuos cambios que ocurren en los mercados y en las necesidades y deseos de los clientes o consumidores. De ahí que es esencial analizar los problemas desde un punto de vista de conjunto para abarcar todos los factores que afecten el éxito de la compañía; por lo tanto con el propósito de no entorpecer las operaciones normales, se acude a la consultoría externa para solucionarlos. (Apontes & Quintanilla, 2008)

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Actualmente el marketing se ha convertido en uno de los departamentos más importantes dentro de la empresa, en una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores; a fin de aprovechar las oportunidades comparativas de la empresa a través de la comunicación con los eventuales clientes.

Es por esa razón que las asesorías en marketing son relevantes para el éxito de una empresa. Un servicio que se brinda a negocios, con el objetivo de elevar su posición a un nivel de liderazgo dentro de una categoría, a través de planteamientos integrales y medidas estratégicas.

Las microempresas no siempre logran establecer una dirección adecuada, no tienen conocimiento en cuanto a estrategias de venta por tanto sus negocios fracasan debido a las bajas ventas que generan. El término microempresa es utilizado para diferenciar una empresa por los ingresos mensuales o anuales que posee, además del tamaño. (Raffino, 2019) La microempresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas; este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país.

Las empresas usan conjuntos de técnicas para promover sus bienes o servicios y de esta manera ser competitivas en el mercado, constantemente muestran una serie de cambios respecto al mix de marketing (plaza, precio, promoción y producto) y por la tanto deben mantenerse actualizadas. Los negocios que han querido incursionar en el mercado buscan tener conocimiento de herramientas innovadoras para darse a conocer, la idea principal es crecer y lograr mejores utilidades, con la promoción, ventas de productos y servicios; satisfaciendo las necesidades del cliente.

La falta de gestión y direccionamiento estratégico empresarial, con los deseos y necesidades de los consumidores reales, ocasiona ineficiencia y por consiguiente el desperdicio de recursos e ineffectividad de las estrategias mercadológicas.

Es importante señalar que muchas empresas fracasan debido a la falta de conocimiento en esta área. Hay dueños de negocios que toman decisiones de marketing basadas en lo que les parece correcto, ignorando el proceso de creación de una estrategia de mercadeo; de esta manera no consiguen resultados. Se han observado casos que los propietarios intentan vender un producto o servicio a alguien que no conocen, para tener éxito se debe tener una idea clara de quien es tu cliente para saber qué es lo que se va a vender a quien y como.

En el departamento de San Miguel específicamente el municipio de San Miguel, de acuerdo a la observación no se logró identificar empresas formales que brinden servicio de asesorías en Marketing, y por ende surge la necesidad de crear una, por el hecho que existe una amplia demanda de compañías capaces de crear productos o servicios y no logran posicionarse ya que no tienen acceso a un grupo de asesores de marketing especializados, que estén dispuestos a brindar asesorías y mejorar aspectos que ayuden a la comercialización de sus productos o servicios en el mercado local.

Según lo anterior, se considera que existe una excelente oportunidad para crear una microempresa dedicada a ofrecer servicios de marketing, buscando solucionar problemas que no permiten el crecimiento de las empresas, ya que la función es analizar a fondo el mercado en búsqueda de nichos, donde la organización pueda posicionarse como la mejor opción de compra con una correcta propuesta de valor.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

En el mercado migueleño se ha venido observando que las empresas cada vez son más competitivas y quieren tener mejores argumentos a la hora de vender, a su vez estas tienen un enorme potencial de crecimiento, considerándose así la investigación es **importante** ya que apoya en los procesos administrativos, legales, innovadores de gran foco para las compañías que tienen grandes necesidades, pero a su vez grandes potencialidades.

Esta investigación se considera **novedosa**, dado que, la microempresa que se crea en el municipio de San Miguel siendo una oportunidad de brindar a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) migueleñas el asesoramiento adecuado de poder forjar sus productos y/o servicios de una manera más sofisticada y eficaz para con el cliente.

Dicha investigación es de **utilidad** ya que por medio de la asesoría se permite que un ente ofrezca a las empresas asistencia en la búsqueda, análisis y desarrollo de soluciones a problemas de carácter administrativo, productivo, normativo y ambiental, que puedan adquirir ventajas competitivas en el mercado. Se aplica los conocimientos necesarios para utilizar las nuevas herramientas y soluciones a los problemas que habitualmente se tienen en San Miguel sobre este campo, por el inadecuado manejo de las estrategias y herramientas de marketing.

Muchos estudios sobre las asesorías de marketing en empresas han resultado eficaces, dando resultados favorables, de esta manera se ha mostrado que el marketing es esencial dentro de una empresa, una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores, aclarando que como mercado no se considera solo el cliente sino también todo lo que rodea e influye en su desempeño y toma de decisiones.

Así mismo, la investigación resulta ser de **beneficio** para buscar una estructuración donde se conecte cada una de las partes de los elementos vistos y estudiados dentro de la carrera, obtener los conocimientos adquiridos para concretarlos en experiencia que permitan mejorar las habilidades en el campo administrativo y del servicio que está especificado en la creación de una microempresa de asesoría en marketing; y con esto poder fortalecer este proyecto para que su competitividad sea más eficiente y poder ubicarse en el mercado de San Miguel.

La puesta en marcha de la investigación pretende resolver problemas a empresas, dando satisfacción a sus necesidades mediante las asesorías, también se busca el desarrollo local aportando al crecimiento de la economía

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Crear una microempresa de asesorías en marketing que contribuya con el desarrollo económico de las empresas en la ciudad de San Miguel.

### **1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar un estudio de mercado para conocer la factibilidad del servicio de la consultoría de marketing.
- Identificar todos los requerimientos necesarios para el funcionamiento del negocio.
- Estimar la rentabilidad y viabilidad con la apertura de una consultoría de marketing a través de los indicadores financieros durante el primer año de funcionamiento.

## **1.5 DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación sobre la creación de una empresa para servicios de asesoría en marketing en el municipio de san miguel, es: Exploratoria y descriptiva con un enfoque mixto, pretendiendo así, obtener una perspectiva más precisa con datos variados e importantes que enriquezcan la investigación. Utilizando técnicas e instrumentos adecuados para conocer la factibilidad y viabilidad de la apertura de una consultoría en marketing.

### **Exploratoria:**

Porque se busca fundamentalmente describir y examinar temas poco investigados, de esta manera identificar la oportunidad que existe con la creación de la empresa en consultoría en marketing, tener un primer acercamiento o idea del tema, al mismo tiempo familiarizarse con información que no se conoce.

### **Descriptiva:**

A través de la cual se pretende observar el comportamiento de las partes involucradas, así también analizar las situaciones, eventos, necesidades de las empresas respecto al área de marketing; y proceder a seleccionar las técnicas de recolección de datos, examinar las características del tema a investigar y para finalmente describir, analizar e interpretar los datos obtenidos en términos claros y precisos.

## **1.6 DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL**

En este apartado se especifica la delimitación temporal donde se determina el tiempo en que se realiza y la delimitación espacial donde se describe el lugar que se toma como muestra del estudio de la investigación.

### **1.6.1 DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La investigación del estudio sobre la CREACIÓN DE MICROEMPRESA PARA SERVICIOS DE ASESORÍA EN MARKETING A EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL 2020, el tiempo determinado comprende desde 10 de febrero del 2020 hasta 21 de septiembre del 2020, haciendo un total de 31 semanas.

### **1.6.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL**

El proyecto de investigación se realiza en el municipio de San Miguel, cabecera departamental de San Miguel, El Salvador.

## 1.7 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Para obtener la información necesaria, útil y alcanzar los objetivos propuestos, es necesario hacer uso de instrumentos de recolección de datos, que son aplicados a las unidades de análisis determinadas.

### 1.7.1 UNIDADES DE ANÁLISIS.

Para dar seguimiento a la investigación se han determinado tres unidades de análisis las cuales son: Emprendimientos, microempresas y pequeña empresa del municipio de San Miguel.

A continuación, se definen y describen las características de cada uno de ellos:

- **Emprendimiento.**

Según la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa lo define como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad.

Características.

- ✓ El emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se le denomina emprendedor.
- ✓ El emprendedor es innovador y creativo.
- ✓ Se asumen riesgos y se enfrentan problemas.
- ✓ Persistencia.

- **Microempresas.**

El Banco Mundial se enmarca entre las definiciones globales estáticas, considerando como microempresas a las que cuenten con un máximo de 10 empleados, activos por menos de 10.000 dólares y ganancias anuales menores a 100.000 dólares. Su estructura puede ser modificada fácilmente.

Características.

- ✓ Son generadores de empleo, aunque no a gran escala, pero sí le brindan la posibilidad a alguien de tener un sueldo.
- ✓ Las decisiones se toman de forma rápida, ya que usualmente es el dueño quien tiene las riendas del negocio o bien un grupo reducido que llega a acuerdos rápidamente.

- **Pequeña empresa.**

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa lo define como una persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a 482 hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con un máximo de 50 trabajadores.

Características.

- ✓ Son empresas heterogéneas y diversas.
- ✓ Los costos de las inversiones realizadas por estas no suelen ser elevados.
- ✓ Pueden convivir y producir en un mismo sector, con diferente cantidad de trabajadores o producción.
- ✓ No suelen actuar en mercados internacionales.

## **POBLACIÓN**

Para realizar la investigación y llevar a cabo un estudio certero acerca de la creación de la microempresa en servicios de consultorías en marketing, se ha determinado como segmento de estudio: emprendimientos, microempresas y pequeña empresa del municipio de San Miguel; Según datos obtenidos de datos de encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC.

A continuación, se describe el tamaño de la población de cada una de las unidades:

**CUADRO N° 1**  
**Segmento de las empresas en San Miguel 2017**

<b>Unidades</b>	<b>Número de empresas</b>
<b>Emprendimiento</b>	1,454
<b>Microempresa</b>	5,389
<b>Pequeña empresa</b>	746
<b>TOTAL</b>	7,589

Fuente: Elaboración en base a datos de encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC. CONAMYPE.

### **Ubicación geográfica**

La investigación se lleva a cabo en el Municipio de San Miguel, departamento de San Miguel, El Salvador.

## 1.7.2 UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

En la investigación para determinar la muestra se recurre a utilizar una técnica de muestreo probabilístico, aplicable a poblaciones finitas “N”, que permite tener una muestra, donde todos los elementos que componen dicha población tienen igual probabilidad de ser seleccionados.

La representación del método de muestreo probabilístico es la siguiente fórmula:

Donde:

n: Tamaño de muestra a obtener.

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

N: Tamaño de la población seleccionada.

Z: Nivel de confianza.

E: Error de estimación.

p: Probabilidad de éxito.

q: probabilidad de fracaso.

Para comprobar que sea una muestra representativa con una correcta distribución, se hace una muestra para emprendimientos, microempresas, pequeñas empresas del municipio de San Miguel. El procedimiento se describe a continuación:

- **Procedimiento para determinar la muestra.**

Determinación de la muestra para MYPE del municipio de San Miguel.

Para obtener una muestra representativa se asigna un nivel de 90% de confianza, y se toma solamente un 10% de MYPE del municipio de San Miguel, departamento de San Miguel.

**Datos:**

$$N: 7,589 \quad n = \frac{(1.64)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (7,589)}{(0.10)^2(7,589 - 1) + (1.64)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}$$

Z: 1.64 (90%)

$$E: 0.10 (10%) \quad n = \frac{5,102.84}{76.55}$$

P: 0.50

$$n = 66.67 \approx 67$$

Q: 0.50

Por tanto, la muestra sería de 67 empresas en total distribuidas en los tres segmentos: emprendimientos, microempresa y pequeña empresa. A continuación, se detalla el dato de las submuestras:

Para realizar el cálculo de las submuestras se utiliza el método de muestreo llamado estratificación proporcional el cual permite distribuir la muestra. Cada segmento forma un estrato en el cual la muestra se distribuye proporcionalmente, la estratificación aumenta la precisión de la muestra e implica el uso deliberado de diferentes tamaños de muestra para cada estrato. Los cálculos de las submuestras se determinan en la siguiente fórmula.

Fracción constante que se aplica a cada submuestra:

$$\text{Fracción constante} = \frac{n}{N}$$

$$\text{Submuestra} = \text{Cantidad del estrato} * \text{Fracción constante}$$

- Aplicación de la fórmula de fracción constante para cada segmento de empresas:

$$\text{Fracción constante} = \frac{67}{3} = 22.33$$

## CUADRO N° 2

### Distribución de la muestra de la unidad de análisis, empresas en el Municipio de San Miguel encuesta (DIGESTYC) 2017.

Unidades	Número de empresas	Fracción constante	Muestra
Emprendimiento	1,454	22.33	22
Microempresa	5,389	22.33	23
Pequeña empresa	746	22.33	22
<b>TOTAL</b>	7,589		67

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que con este método se ha obtenido una distribución de la muestra proporcional entre todos los estratos, los cuales comprenden emprendimientos, microempresa y pequeña empresa.

### 1.7.3 INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACION DE CAMPO

Se plantea como se obtienen los datos, la técnica e instrumentos que se emplean para recolectar información y luego el procedimiento para describir los resultados. A continuación, se detalla:

#### ***MUESTRA***

Se realiza una encuesta en línea (enviada por redes sociales) a los propietarios de emprendimientos, microempresas y pequeñas empresas para recolectar toda la información necesaria para la investigación.

#### ***TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS***

##### **Técnica.**

La técnica utilizada para obtener la información necesaria es la encuesta.

*Encuesta.* Por medio de la encuesta se obtienen datos que son utilizados para ser analizados, con relación a la investigación de la oportunidad de crear una microempresa consultora en marketing, y si es posible brindar asesorías a dichas empresas.

### **Instrumento de Recolección de Datos.**

El instrumento de recolección de datos utilizado es el cuestionario.

*Cuestionario.* El cuestionario desarrollado posee preguntas con las cuales se obtiene información de datos generales como específicos. En los datos generales: nombre de la empresa, rubro y tipo de empresa. Mientras que con las interrogantes de carácter específico se busca identificar datos relevantes para el estudio.

### ***PROCEDIMIENTO***

#### **Procedimiento Durante la Recolección de la Información.**

- 1- Se realiza búsquedas en directorios de empresas, redes sociales, para contactarse con los propietarios de las empresas.
- 2- Se mantiene comunicación a través de llamadas telefónicas o medios de comunicación que permitan tener un contacto directo con las personas encargadas de proporcionar la información imprescindible para la investigación.
- 3- Se proporciona el instrumento de recolección de datos de manera electrónica, donde se obtiene los resultados de forma simultánea; para constatar que el instrumento se realice, se adjuntará la encuesta en línea en anexos.

### **Procedimiento para el procesamiento de la información.**

- Para procesar los datos se hace uso de Google Forms, la cual es una herramienta gratuita, que permite realizar la encuesta en línea a las empresas, y al mismo tiempo proporcionar los resultados, con su respectiva tabulación y gráficos. (Myforms, n.d.)

### **Procedimiento para la descripción de los resultados.**

- Los resultados se realizan de la siguiente manera: se presenta en forma de reporte los datos, analizando e interpretando las respuestas obtenidas en el estudio realizado a las empresas.

### **Procedimiento para el análisis de los resultados.**

El proceso para analizar los resultados, se hace de la siguiente manera:

- Se realiza el análisis para conocer si es factible la creación de la microempresa de consultorías en marketing y si los diferentes segmentos requieren de asesorías para sus negocios.

## **CAPITULO DOS: MARCO TEÓRICO, LEGAL, CONCEPTUAL E HISTORICO**

A continuación, para mejor comprensión del tema a estudiar, se detalla información sobre la historia de cómo iniciaron las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), también la historia de las consultorías de marketing, como se definen, y teorías utilizadas como base para la investigación.

### **2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICO**

En esta sección se describe la historia de las pequeñas y medianas empresas de El Salvador y como iniciaron las consultorías de marketing en el país.

#### **HISTORIA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL SALVADOR.**

Durante las décadas del cincuenta, sesenta y setenta, el enfoque económico predominante (en materia empresarial) era el de la producción en serie, siguiendo el modelo de industrialización impulsado en los Estados Unidos por Henry Ford; cualquier forma de organización fabril distinta al Fordismo era considerada como ineficiente y por lo tanto excluida de todo análisis económico; especialmente por ser considerada ineficiente en la intensidad de utilización de las energías. A mediados de los cincuenta las ventajas de las MIPYMES ya eran bien conocidas. Dentro de los beneficios más importantes se resaltaba el trabajo intensivo en mano de obra, su adaptabilidad, la utilización de factores productivos locales, y reducción de la dependencia de las importaciones. (Alvarez, 2009).

Según Álvarez (2009), las empresas de menor tamaño no encontraban lugar dentro del sistema de producción en serie, debido a la ausencia de inversión que implicaba la adquisición de los bienes de capital necesarios para llevar a cabo la producción en masa. Esta incompatibilidad jugó desde un principio un factor en contra al considerarlas como micro,

pequeña y medianas empresas, un fenómeno plausible de ser incorporado a las economías industrializadas. Tal sesgo se mantuvo hasta la aparición de los conceptos de red y clúster empresarial. En esa época eran consideradas como signo de sub-desarrollo económico y su tamaño era concebido como un estadio menor que las grandes empresas, por lo que se creía estaban destinadas a desaparecer una vez el país se desarrollase.

El papel de las Pequeñas y medianas empresas empezó a tener fuerza hacia finales de la década de los años 70, con la crisis del Modelo Fordista. Por un lado, la crisis del petróleo encareció enormemente los precios de los energéticos y, por otro lado, la expansión económica de los países desarrollados registrada en esa década comenzó a detenerse como consecuencia lógica de la caída del consumo. A razón de la crisis, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) empieza a recomendar que los países del “tercer mundo” ayuden a las MIPYMES, otorgándoles mayores incentivos y generando políticas de promoción. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 1972)

Álvarez (2009) describe que en los 80, con la aparición del paradigma Post-Fordista al que se denominó “Especialización Flexible” de uso intensivo en información y conocimiento, se revaloró el papel de las micro y pequeñas empresas dentro del proceso de crecimiento económico, ahora eran vistas como agentes de este cambio, debido a que el menor tamaño de estas empresas es considerado como signo de una mayor capacidad de adaptación e innovación. En la mayoría de los casos, el estado advirtió esta situación y sumó sus esfuerzos por incentivar y apoyar a estas empresas. Asimismo, se vio su confrontación con las grandes empresas en términos de “formalidad”; mientras las segundas se encontraban legalmente constituidas, con beneficiosos incentivos gubernamentales, leyes laborales para los empleados y demás; las primeras permanecían sumergidas en la informalidad dada por el

carácter “familiar” de la empresa. De esta forma, se solía denominar a las pequeñas y medianas empresas como el “sector informal” o la “economía sumergida”. Asimismo, por ser el sector capaz de pelear la crisis, aún sin ayuda gubernamental contribuyó, a que fueran antes vistas de forma negativa y empezasen a ganar respeto entre los economistas, no por su fortaleza en tiempos ordinarios, sino por su capacidad de subsistencia en época de crisis.

Esta correlación fue reforzada con estudios que propulsaban a la microempresa rural como el instrumento de rescate de la población campesina en situación de pobreza; elevando los ingresos y mejorando la calidad de vida de los habitantes del campo, allí donde las grandes industrias no llegaban, o lo hacían con un esquema productivo que no contribuía al mejoramiento de la situación de la población rural. A partir de entonces, y bajo el nuevo paradigma, las pequeñas firmas empiezan a ser consideradas como eficientes, flexibles y dinámicas, especialmente en los países en desarrollo, que necesitaban firmas adaptables que lograsen sobrevivir a los efectos exteriores de las crisis. En El Salvador, durante el Siglo XIX (entre 1821 y 1827) se experimentó el llamado “Proceso de Acumulación Originaria” el cual se inicia por la caída de los precios del añil en el mercado europeo, debido a la creación de colorantes sintéticos y el apareamiento de un bien agrícola de gran demanda en el mercado mundial el cual es el café. (Menjívar, 1980)

La economía salvadoreña se caracteriza por la existencia de un número reducido de grandes y medianas empresas (sector formal) que tienen alta productividad y una mayor cantidad de micros y pequeñas empresas que operan en el denominado sector informal de la economía. Es importante señalar que a partir de 1979 y a consecuencia del conflicto bélico, se generó un clima de inseguridad que provocó una disminución de las oportunidades de empleo en el sector formal de la economía, motivada por la baja inversión nacional y extranjera y la fuga

de capital. Se estima que entre 1981 y 1989 un total de 204 grandes empresas cerraron sus operaciones afectando a un promedio de 24,500 trabajadores, dicho desempleo agudizado provocó la proliferación de la MYPE, adquiriendo a partir de ese año una significación nacional e internacional importante. (Spencer Hull, 1986)

En términos de política económica, el escenario fundamental en el que se desarrolló la dinámica de la economía durante la mayor parte de los ochenta, se caracterizó por fuertes intervenciones del Estado en el mercado de bienes, servicios y factores; el sistema financiero y la comercialización externa de los principales productos de exportación fueron nacionalizados. En ese periodo las PYMES no era considerado sujeto de crédito, contando este sector únicamente con el apoyo de FEDECREDITO para solventar sus necesidades crediticias, las cuales permanecían en gran medida insatisfechas. Como consecuencia del terremoto ocurrido en 1986, surgen organismos no gubernamentales con el objetivo de brindar apoyo financiero a las PYMES, esto dio paso al surgimiento en 1988 de la Organización gremial empresarial para el servicio de las MIPYMES (AMPES); Financiera Calpiá y otras instituciones micro financieras. (Recinos, 2011)

Asimismo, las microempresas han mostrado un crecimiento en los últimos 17 años de un 67% (Torres, 2006): “Las MYPES han aumentado como resultado del empobrecimiento y la marginalidad, con bajos niveles de productividad e ingresos convirtiéndose en un segmento sobremanera importante que ha mostrado fuerte resiliencia, pero sobre todo incidencia en la economía nacional como generadoras de empleo e ingreso”.

## **HISTORIA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍAS**

Se acredita a Frederick W. Taylor, “el padre de la administración científica”, como “el padre de la consultoría administrativa”. Taylor, joven ingeniero, ideó una filosofía y un sistema de administración de la producción a finales del siglo xx. Su libro, Los principios de la administración científica, convirtió lo que había sido un arte en un enfoque sistemático y fácil de enseñar al estudio del trabajo. Desde la época de Taylor, la consultoría administrativa ha llegado mucho más allá del taller. Hoy día la consultoría administrativa está en auge. (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2009)

La consultoría de empresas tiene su origen en la revolución industrial, la aparición de la fábrica moderna y las transformaciones institucionales y sociales conexas. Sus raíces son idénticas a las de la dirección o administración de empresas como esfera separada de la actividad humana y campo de aprendizaje.

La consultoría en o por cuenta de una empresa se hizo posible cuando el proceso de generalización y estructuración de la experiencia gerencial alcanzó una etapa relativamente avanzada. Entonces, fue preciso determinar y describir los métodos y los principios aplicables a diversas organizaciones y situaciones y los empresarios fueron inducidos y presionados para buscar una forma mejor de dirigir y controlar su negocio. Estas condiciones no se cumplieron hasta la segunda mitad del siglo XIX, período en que se originó el movimiento de la organización científica del trabajo. (Kubr, 1997)

- a) En una primera época, hasta el año 1959, la aparición de estas empresas (de consultoría), responde a que la administración, a través de sus servicios técnicos, desarrollaba trabajos de ingeniería, especialmente de obra civil, provenientes de la inversión pública, que

transferira a empresas especializadas, reservándose para si las funciones de dirección, supervisión y control.

- b)** Durante la década de los sesenta, hasta 1973, se alcanza su máximo desarrollo, en donde el crecimiento de la actividad consultora es constante y anual, fruto de los planes de desarrollo y de la expansión económica. En 1960, abre sus oficinas en España Arthur Andersen y se crea Tecniberia, Asociación para la Promoción de Ingeniería y Consultoría Española en el Exterior, en 1964.
- c)** De la primera Crisis energética hasta el 1988 podemos distinguir cuatro etapas diferentes:
  1. De 1973 al 1977, en donde la situación es difícil y hay un retroceso general.
  2. De 1978 al 1982, donde se produce una recuperación del sector.
  3. Los años de 1983 y 1984, cuando se produce un nuevo descenso.
  4. De 1984 al 1988, en donde no se producen unas pautas constantes.

En 1977 se crea ASEINCO, Asociación Española de Empresas de Ingeniería y Consultoras, pasando a formar parte de CEBI (Asociación Europea de Empresas de Ingeniería) y de FEACO (Federación Europea de Consultoras). En 1987 ASEINCO y Tecniberia se fusionan, agrupando a las empresas que se dedican a la consultoría en dirección y organización de empresas, de todos los tamaños y especialización, desarrollando funciones en defensa de la imagen y cualificación de la profesión, de los que depende la seguridad y el éxito de dichas empresas.

- d)** De 1989 hasta nuestros días no desglosamos la actividad de consultoría en estos años. Destacamos en los primeros momentos los procesos de fusiones de las empresas consultoras, no para conseguir un mayor tamaño, sino para una mejor satisfacción de las

necesidades empresariales, disfrutando de una mayor amplitud de tecnología y recursos, sobre todo financieros. (Ribeiro Soriano, 1998)

En el 2008, Apontes y Quintanilla realizaron una investigación donde expresan que Las empresas constituidas legalmente en El Salvador hicieron su aparición a principios de los setenta, ya que anteriormente existían profesionales de distintas disciplinas que proporcionaban sus servicios después de sus trabajos permanentes, pero solo dedicaban una parte de su tiempo como consultores. Con el tiempo dichos profesionales se percatan del amplio campo que representaba la consultoría y así, decidieron formar empresas dedicadas exclusivamente a la prestación de servicios profesionales, creando la primera oficina nacional de consultoría.

Las oficinas consultoras nacionales, las cuales tenían suficientes profesionales con experiencia necesaria, no podían hacerle frente a la competencia que representaban las firmas internacionales ya que se encontraban divididas; para hacer frente a esta problemática común, los consultores nacionales decidieron aunar esfuerzos, los cuales se cristalizaron en la fundación de la Asociación de Consultores de El Salvador (ACODES), dando inicios a sus labores en diciembre de 1976.

Esta asociación se fundó con doce firmas consultoras y tenía por finalidad consolidar una oferta nacional de servicios multidisciplinarios de consultoría que hicieran frente a la creciente demanda de estos servicios, así como también luchar por los intereses de los profesionales dedicados a esta ocupación. Con el paso del tiempo la consultoría se ha ido diversificando en muchas ramas, de igual forma se han desarrollado empresas consultoras especialistas y dedicadas en cada una de ellas. (Apontes & Quintanilla, 2008)

## 2.2 MARCO TEÓRICO

En esta sección se plantean teorías que se utilizan como base para el desarrollo de esta investigación y la forma en como contribuyen.

### 2.2.1 TEORÍAS

#### ✓ Teoría sobre la motivación humana de Maslow

Es quizás la teoría más clásica y conocida popularmente. Este autor identificó cinco niveles distintos de necesidades, dispuestos en una estructura piramidal, en las que las necesidades básicas se encuentran debajo, y las superiores o racionales arriba. (Fisiológicas, seguridad, sociales, estima, autorrealización).

**Necesidades fisiológicas.** Las necesidades que se toman como punto de partida como: necesidad de respirar, beber agua (hidratarse) y alimentarse; de dormir (descansar) y eliminar los desechos corporales; de evitar el dolor; necesidad de mantener la temperatura corporal, en un ambiente cálido o con vestimenta.

**Necesidades de seguridad y protección.** Surgen cuando las necesidades fisiológicas están satisfechas. Se refieren a sentirse seguro y protegido: seguridad física (asegurar la integridad del propio cuerpo), de salud, necesidad de seguridad de recursos (casa, dinero, automóvil, y necesidad de vivienda (protección).

**Necesidades sociales.** Son las relacionadas con nuestra naturaleza social: función de relación (amistad, pareja, colegas o familia) y aceptación social.

**Necesidades de estima.** Maslow describió dos tipos de necesidades de estima, una alta y otra baja: la estima *alta* concierne a la necesidad del respeto a uno mismo, e incluye sentimientos tales como confianza, competencia, maestría, logros, independencia y libertad; la estima *baja* concierne al respeto de las demás personas: la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento, reputación, estatus, dignidad, fama, gloria, e incluso dominio. El tener satisfecha esta necesidad apoya que tranquilamente puede escalonar y avanzar hacia la necesidad de la autorrealización.

**Autorrealización.** Es la necesidad psicológica más elevada del ser humano, se halla en la cima de las jerarquías, y es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida mediante el desarrollo potencial de una actividad. Se llega a ésta cuando todos los niveles anteriores han sido alcanzados y completados, o al menos, hasta cierto punto.

Para Maslow, estas categorías se sitúan de forma jerárquica, de tal modo que una de las necesidades sólo se activa después que el nivel inferior está satisfecho. (Bravo, 1991)

### **Contribución a la investigación**

Esta teoría contribuye a la investigación ya que con la creación de la microempresa se identifican todas aquellas necesidades que existen en los negocios, para que logren llegar a la cima, posicionarse en el mercado, ampliar su mercado y aumentar la demanda de sus productos. Además, por medio de esta teoría se busca que las diferentes empresas conozcan que en el mercado siempre van surgir nuevas necesidades, por tanto, se debe orientar por medio de consultorías en marketing, para que, aprovechen al máximo sus recursos y así satisfacer necesidades de las cuales surgen otras nuevas.

## **La teoría del negocio.**

Peter Durker brinda una interesante definición de como una organización puede lograr, crear y consolidar su teoría del negocio. La teoría tiene tres partes a saber:

Primer parte el ambiente. En esta parte el negocio analiza y obtiene supuestos acerca del ambiente en que se desenvuelve la organización como la sociedad, el mercado, los clientes y usuarios, la tecnología y la competencia. Los supuestos relativos al ambiente definen porque se le paga a una organización.

Segunda parte la misión. Define como se ve a sí misma la organización ejerciendo una influencia decisiva en la economía y en la sociedad en general.

Tercer parte competencias centrales. En esta parte se debe de realizar un análisis de las competencias centrales que necesitan para que pueda realizar su misión. La competencia central define en que tiene que sobresalir una organización a fin de mantener el liderazgo. (Maciariello, 2006)

### **Contribución a la investigación**

El aporte que da a la investigación es respecto a la creación de la microempresa como base para considerar aspectos relevantes al analizar el ambiente en donde se crea, las competencias que la empresa debe desarrollar para cumplir la misión y de esta manera crear una microempresa potencial.

✓ **Enfoque de la micro y pequeña empresa en El Salvador, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.**

Históricamente la Economía Salvadoreña se ha caracterizado por la falta de cooperación entre los sectores productivos y de la incapacidad de generar empleo, por tanto, a las personas le quedan dos caminos: emigrar o auto emplearse en negocios de baja rentabilidad. Hasta el mes de mayo de 2014, no se contaba con una definición de micro y pequeña empresa, por lo que cada instancia establecía los parámetros que le permitieran hacer su propia clasificación. Es de destacar que, por primera vez en el país, existe una Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, que cuenta con una definición nacional que tiene por objeto caracterizar el nivel para ubicar a una micro o una pequeña empresa.

Dos son las variables que delimitan el tamaño de estas, la primera es por el número de trabajadores, y la segunda es por la generación de ventas brutas anuales, tal como se muestra a continuación: **Microempresa:** hasta 10 trabajadores, ventas anuales brutas de hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía. **Pequeña empresa:** hasta 50 trabajadores, ventas anuales brutas de hasta 482 hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía.

Así mismo, la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa establece que las entidades públicas y privadas deberán uniformar las características antes definidas y los criterios de medición, a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Cuando una persona natural o jurídica no reúna las condiciones previamente establecidas, su clasificación se determinará por sus ventas brutas anuales; es decir, el monto de ventas que se genera antes de impuesto sobre la renta, que se reflejan en el estado de pérdidas y ganancias o de resultado.

Con los resultados de la aplicación de esta clasificación, CONAMYPE afinará sus instrumentos para responder a la demanda de micro y pequeñas empresas, así como para la atención de personas emprendedoras. (Comision Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), 2015)

#### **Clasificación y características de microempresa según instituciones:**

Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores. (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), 2020).

Se entiende por microempresa toda empresa que ocupa entre 2 a 10 trabajadores. (Organizacion Internacional del Trabajo (OIT), 2015)

Por su parte, la del Fondo Monetario Internacional (FMI), busca aproximarse a una definición dinámica al establecer dos criterios cualitativos de clasificación en lugar de meros números taxativos; de esta forma, de acuerdo al primer criterio, se considera como microempresa a aquellas empresas donde exista una relación directa entre propiedad y gestión. El segundo criterio es la responsabilidad del propietario en todo lo que concierne a las decisiones relevantes y conducción de la empresa. (Álvarez & Durán Lima, Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. , 2009)

El Banco Mundial se enmarca entre las definiciones globales estáticas, considerando como microempresas a las que cuenten con un máximo de 10 empleados, activos por menos de 10.000 dólares y ganancias anuales menores a 100.000 dólares. (Álvarez & Durán Lima, Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. , 2009).

### **Clasificación y características de pequeñas empresas según instituciones:**

Persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales mayores a 482 hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y con un máximo de 50 trabajadores. (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), 2020).

Se considera pequeña empresa a aquella empresa que tiene de 11 a 50 empleados. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2015)

El Fondo Monetario Internacional (FMI) define a la pequeña empresa como aquella empresa que tenga desde seis (6) hasta veinte (20) empleados. (Álvarez & Durán Lima, Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. , 2009)

Para el Banco Mundial, las pequeñas empresas son aquellas con menos de 50 empleados y activos o ventas anuales inferiores a los 3 millones de dólares. (Álvarez & Durán Lima, Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. , 2009)

✓ **Enfoque de Emprendimiento según Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.**

La Política Nacional de Emprendimiento orienta su acción hacia la creación de nuevas empresas con cultura emprendedora innovadora, de potencial de crecimiento rápido y que generen valor agregado a la economía, a partir de procesos de innovación y desarrollo tecnológico, dando respuesta a las necesidades del mercado, de los sectores productivos y de las dinámicas económicas de la región.

**Clasificación de Emprendimiento por Origen:**

Emprendimiento por Necesidad. Acción empresarial iniciada por personas que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una actividad económica lo hicieron motivados por la falta de ingresos necesarios para su subsistencia.

Esta categoría se divide en dos tipos: emprendimiento de subsistencia y emprendimiento tradicional, las cuales se presentan a continuación:

***Emprendimiento de Subsistencia:*** Acción empresarial dirigidas a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación o sin una visión de crecimiento y que tiende a no generar excedentes.

***Emprendimiento Tradicional:*** Acción empresarial 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.

Emprendimiento por Oportunidad. Acción empresarial iniciada por personas que al momento de tomar la decisión de poner en marcha una actividad económica lo hicieron motivados por

la identificación de una oportunidad de mercado. Esta categoría se divide en dos tipos: emprendimiento dinámico y emprendimiento de alto de impacto, las cuales se presentan a continuación:

***Emprendimiento Dinámico:*** Acción empresarial con alto potencial de crecimiento donde el uso del conocimiento, la gestión tecnológica y del talento humano, el potencial de acceso a recursos de financiación/inversión y una estructura de gobierno corporativo les permite generar una ventaja competitiva y diferenciación en sus productos o servicios.

***Emprendimiento de Alto Impacto:*** Empresas con capacidad para transformar y dinamizar las economías a través de procesos sistemáticos de innovación y generación de empleo. Es una empresa que crece rápida y sostenidamente, ya que cuenta con altos niveles de financiación o de inversionistas. (CONAMYPE, 2014)

### **Contribución a la investigación**

El enfoque de la micro y pequeña empresa, así como el enfoque de emprendimiento son esenciales para la investigación ya que contribuye para definir la clasificación de las empresas, lo importante que es tener conocimiento sobre cada una de ellas para la realización del proyecto, y de esta manera identificar las unidades de análisis que son necesarias a estudiar.

## 2.3 MARCO LEGAL

- **Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de Micro y Pequeña Empresa**

La presente Ley tiene por objeto fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas, en adelante también denominadas MYPE, y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial. (Comision Nacional de Micro y pequeña Empresa (CONAMYPE), Mayo, 2014)

- **Ley de Competencia**

La presente ley tiene como objetivo primordial el de “promover, proteger y garantizar la competencia, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores” (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2004). **Leyes laborales:**

- **Código de Trabajo**

Art. 1.- El presente Código tiene por objeto principal armonizar las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo sus derechos, obligaciones y se funda en principios que tiendan al mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores, especialmente en los establecidos en la Sección Segunda Capítulo II del Título II de la Constitución. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 1972)

## **Normativa contable**

- **Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa**

Art. 28.- Las MYPE, individual o asociativa, llevarán su información financiera conforme a los principios contables, autorizados por el organismo competente del Estado que ejerza la vigilancia y a la naturaleza jurídica del negocio de que se trate. No serán de obligatorio cumplimiento las normas internacionales de información financiera para la Micro Empresa, pero deberán servir de referencia para formular los principios que les sean aplicables, atendiendo a las circunstancias financieras, a su capacidad organizativa y naturaleza. (Comision Nacional de Micro y pequeña Empresa (CONAMYPE), Mayo, 2014)

## **Leyes Mercantiles:**

En cuanto a las disposiciones mercantiles se enuncian las siguientes:

- **Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Intelectual y su Reglamento**

El objeto de esta ley es asegurar una protección suficiente y efectiva de la propiedad intelectual, estableciendo las bases que la promuevan, fomenten y proteja. (Asamblea Legislativa de El Salvador , 1993)

- **Código de Comercio**

Dentro de las obligaciones contenidas en el Código de Comercio se tienen las establecidas en el Libro Segundo, el cual contiene las obligaciones profesionales de los comerciantes y sanciones por su incumplimiento, comenzando por el Art. 411 al Art. 422 (Asamblea Legislativa de El Salvador, 1970).

- **Ley de la Superintendencia de Obligaciones Mercantiles**

La ley tiene como objeto ejercer la vigilancia por parte del Estado, sobre comerciantes, tanto nacionales como extranjeros, y sus administradores el cual lo ejercerá a través de la Superintendencia del Sistema de Obligaciones, para cumplir con su objetivo la mencionada entidad deber tener algunas atribuciones las cuales se mencionan en el artículo 3 y son en relación con la vigilancia de las obligaciones mercantiles que debe tener la Superintendencia con respecto al funcionamiento, modificación, transformación, fusión, disolución y liquidación de las sociedades. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2000).

- **Ley del Registro de Comercio y su Reglamento**

En esta ley se regula todo lo que concierne a la inscripción de matrículas de comercio, balances generales, patentes de invención, marcas de comercio y fábrica y demás distintivos comerciales, derechos reales sobre naves, derechos de autor, y los actos y contratos mercantiles. (Asamblea Legislativa de El Salvador., 1973)

## **2.4 MARCO CONCEPTUAL.**

### **Consultoría.**

Es un servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendaciones de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones. (Institute of Management Consultants, 1974)

Según el Libro Blanco de Buenas Practicas en el Mercado de Consultoría lo define como: una actividad profesional relativa a los servicios especializados prestados a una compañía o institución para asesorarla y ayudarla en la mejora de su gestión, operaciones y/o resultados financieros. (Asociación Española de Empresas de Consultoría (AEC), 2008)

De acuerdo con la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) la consultoría de empresas se define como un servicio profesional, que proporciona propuestas y sugerencias concretas a los empresarios para resolver los problemas prácticos que tienen en sus organizaciones. (Oficina Internacional del Trabajo, 1996)

### **Emprendimiento.**

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad. (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), 2014)

Es el deseo y la capacidad para crear nuevas actividades, como una nueva empresa, un nuevo producto o una nueva actividad. (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), 2006)

Según la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) junto a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) definen el emprendimiento como un fenómeno por el cual los habitantes de un país crean y mantienen negocios propios, que les permiten obtener un ingreso y, además, generar empleos para otras personas. (Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN), 2014)

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el emprendimiento es el reconocimiento de una oportunidad para crear valor, tanto social como económico, así como el proceso de tomar acción sobre dicha oportunidad, involucre o no el lanzamiento de una nueva empresa comercial. (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2014)

### **Marketing.**

Es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Arques, 2010)

Para la American Marketing Association (A.M.A.), el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización. (American Marketing Association (A.M.A.), 2020)

Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia, *"el marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor"* (Garcillán & Rivera Camino, 2014)

### **Marketing mix.**

Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como “el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto” (Kotler & Armstrong, Fundamentos del Marketing, 2003)

Para Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing" definen la mezcla de marketing como la combinación de un producto, cómo y cuándo se distribuye, cómo se promueve y su precio. Juntos estos cuatro componentes de la estrategia deben satisfacer las necesidades del mercado o mercados meta y, al propio tiempo, lograr los objetivos de la organización. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

El marketing mix de un producto se compone de las variables controlables del marketing, más conocidas como las “6 P” del marketing: Producto, Packaging, Precio, Publicidad, Promoción, Plaza (distribución). Estas pueden ser 4, 8 o incluso más. (FERREL, 2005)

## CAPITULO TRES: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

En este capítulo se realiza la descripción de resultados de las encuestas realizadas al mercado meta dentro de los cuales se encuentran los propietarios de emprendimientos, microempresas y pequeñas empresas del municipio de San Miguel, San Miguel.

### 3.1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Según los resultados obtenidos de las encuestas se hace una descripción de los datos que se recopilaron. Para conocer la factibilidad de la creación de microempresa para servicios de asesoría en marketing, se consideró tomar una muestra de 68 empresas, de las cuales 22 fueron emprendimientos, 24 microempresas y 22 pequeñas empresas; pertenecientes al departamento de San Miguel. A continuación, se describe la información general y específica de la encuesta realizada.

#### 3.1.1 INFORMACION GENERAL DE LOS EMPRESARIOS

En la encuesta se tomó como información general: nombre de la empresa, rubro y tipo de empresa. A continuación, se describe:

#### CUADRO N° 3

**Empresas consultadas por sectores productivos según clasificación empresarial del municipio de San Miguel. 2020**

<b>Sector Productivo</b>	<b>Emprendimiento</b>	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña Empresa</b>	<b>Total</b>
Industria	0	0	1	<b>1</b>
Comercio	15	17	11	<b>43</b>
Servicio	7	7	10	<b>24</b>
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>68</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a empresas del municipio de San Miguel.

### 3.1.2 INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LOS EMPRESARIOS

Las preguntas específicas que se consideraron en la encuesta para obtener la información se describen a continuación:

✚ **PREGUNTA 1:** ¿Cuánto tiempo tiene la empresa de operar en el mercado?

El **objetivo** es identificar el tiempo que tienen las empresas de operar en el mercado.

**CUADRO N° 4**

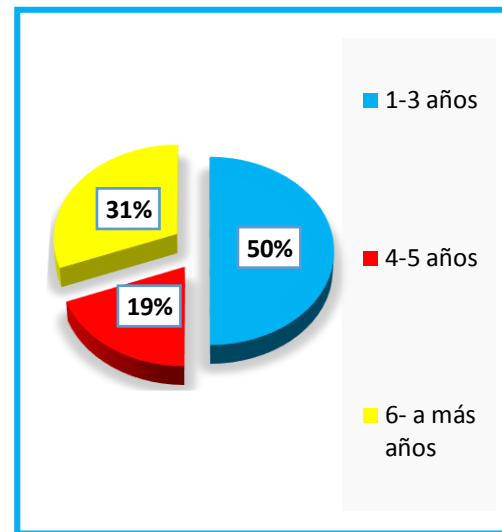
**Tiempo de las empresas de operar en el mercado, Ciudad de San Miguel. 2020**

Respuesta	Frecuencia	%
1-3 años	34	50
4-5 años	13	19
6 a más años	21	31
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Fuente: Información propia basada en encuestas.

**GRAFICO N°1**

**Tiempo de las empresas de operar en el mercado, Ciudad de San Miguel. 2020**



Fuente: Cuadro N°4

✚ **PREGUNTA 2:** ¿Sabía usted que toda empresa independientemente de su tamaño está relacionada con actividades administrativas como: las relaciones entre los empleados; actividades de marketing como: ventas, publicidad y promoción, estudio de mercado; actividades comerciales como: compras y comercialización de los productos?

**El objetivo** es identificar si los propietarios de los negocios conocen acerca de la relación que existe entre las actividades administrativas, actividades de marketing y actividades comerciales en las empresas.

**CUADRO N° 5**

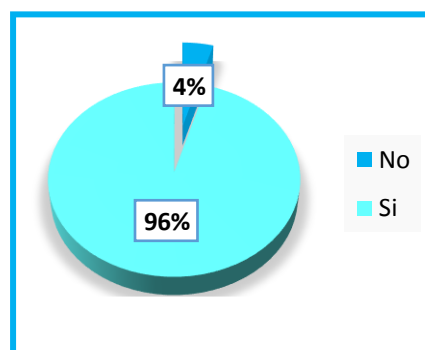
**Conocimiento de empresarios sobre la relación entre actividades administrativas, de marketing y actividades comerciales, Ciudad de San Miguel. 2020**

Respuesta	Frecuencia	%
No	3	4
Si	65	96
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Información propia basada en encuestas.

**GRAFICO N°2**

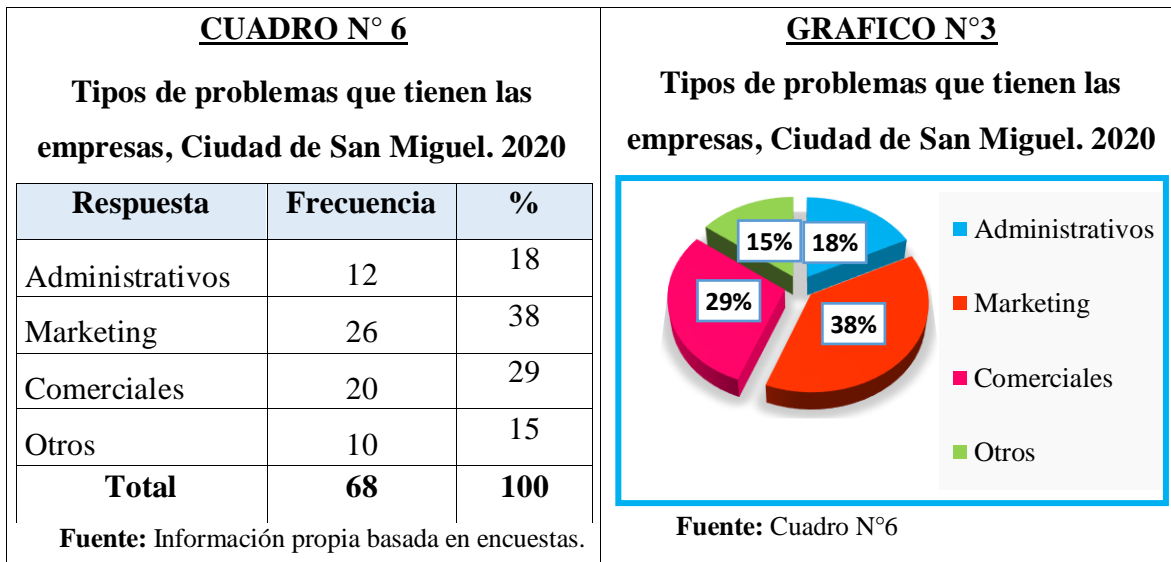
**Conocimiento de empresarios sobre la relación entre actividades administrativas, de marketing y actividades comerciales, Ciudad de San Miguel. 2020**



**Fuente:** Cuadro N°5

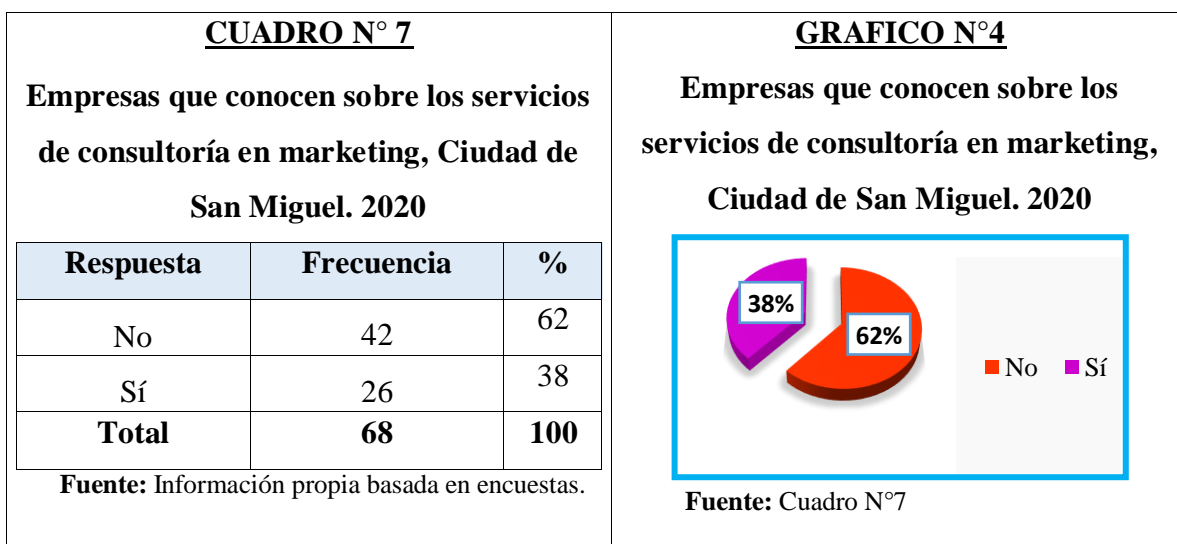
**PREGUNTA 3:** ¿Qué tipo de problemas tiene su empresa?

El objetivo es identificar los tipos de problemas que tienen las empresas.



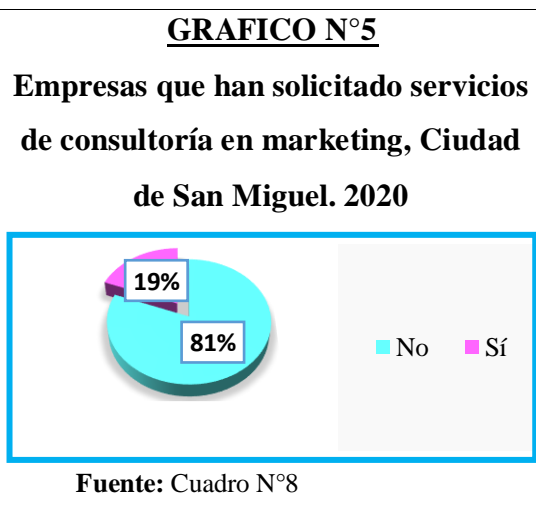
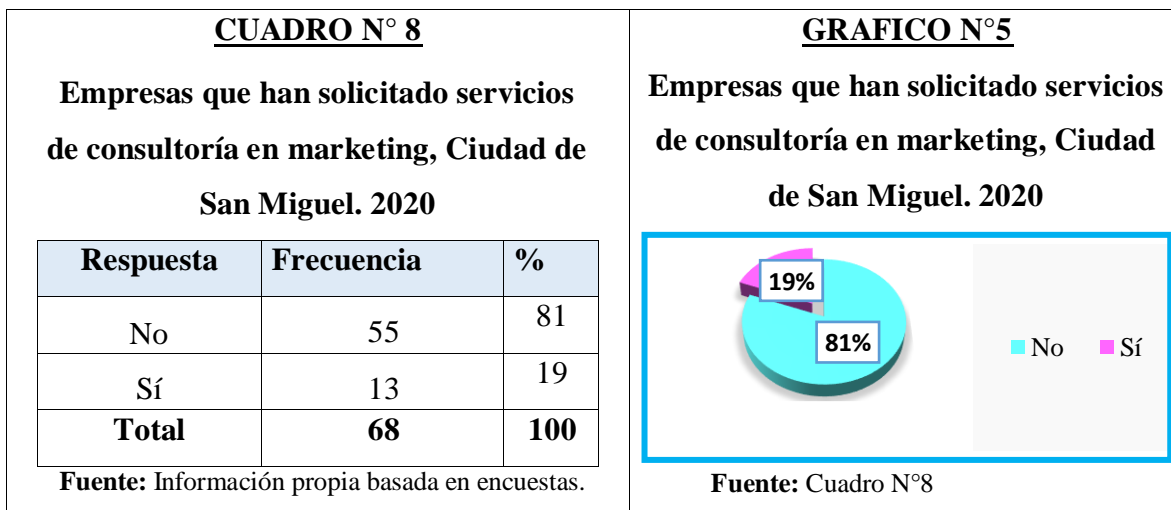
**PREGUNTA 4:** ¿Conoce algún servicio de consultoría en Marketing?

El objetivo es identificar si los propietarios de las empresas conocen algún servicio de consultoría en marketing.



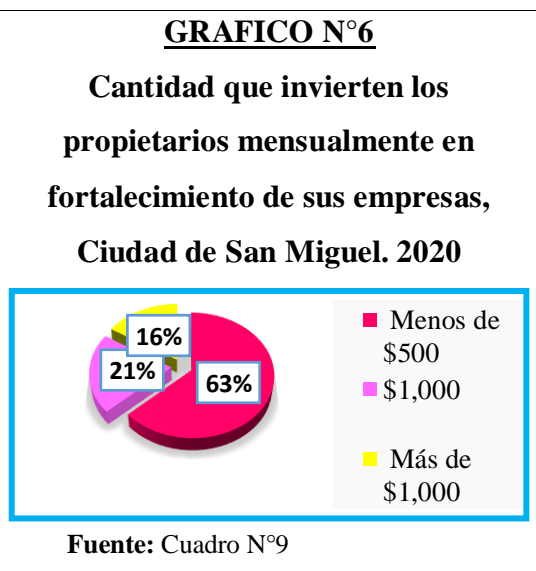
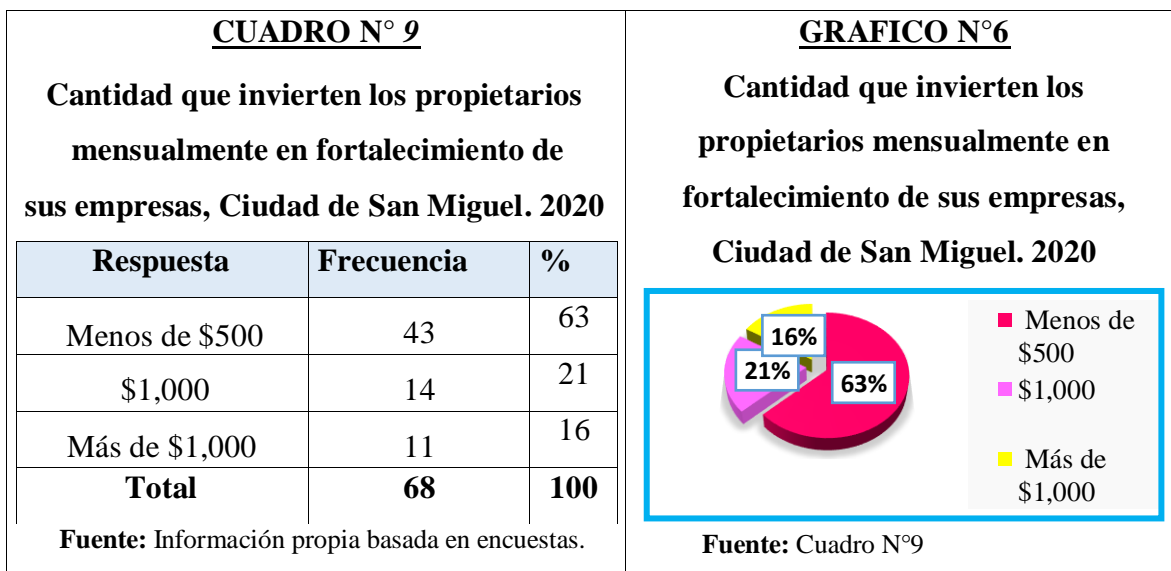
✚ **PREGUNTA 5:** ¿Usted ha solicitado alguna vez este tipo de servicio?

**El objetivo** es identificar si las empresas han solicitado servicios de consultoría en marketing.



✚ **PREGUNTA 6:** ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en el fortalecimiento de la empresa?

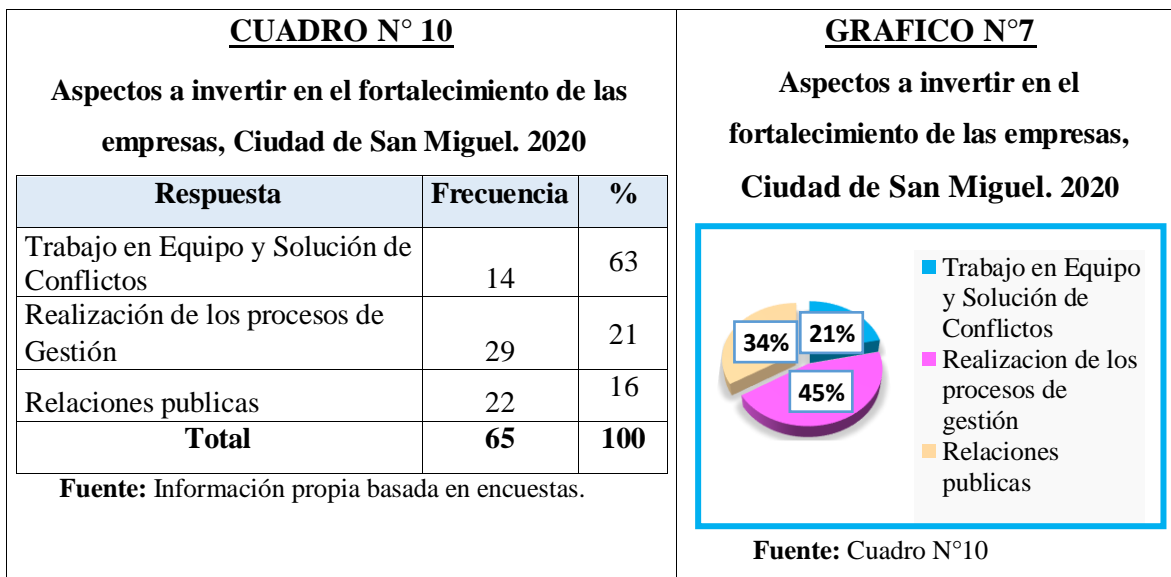
**El objetivo** es identificar la cantidad que invierten los propietarios mensualmente en el fortalecimiento de sus empresas.



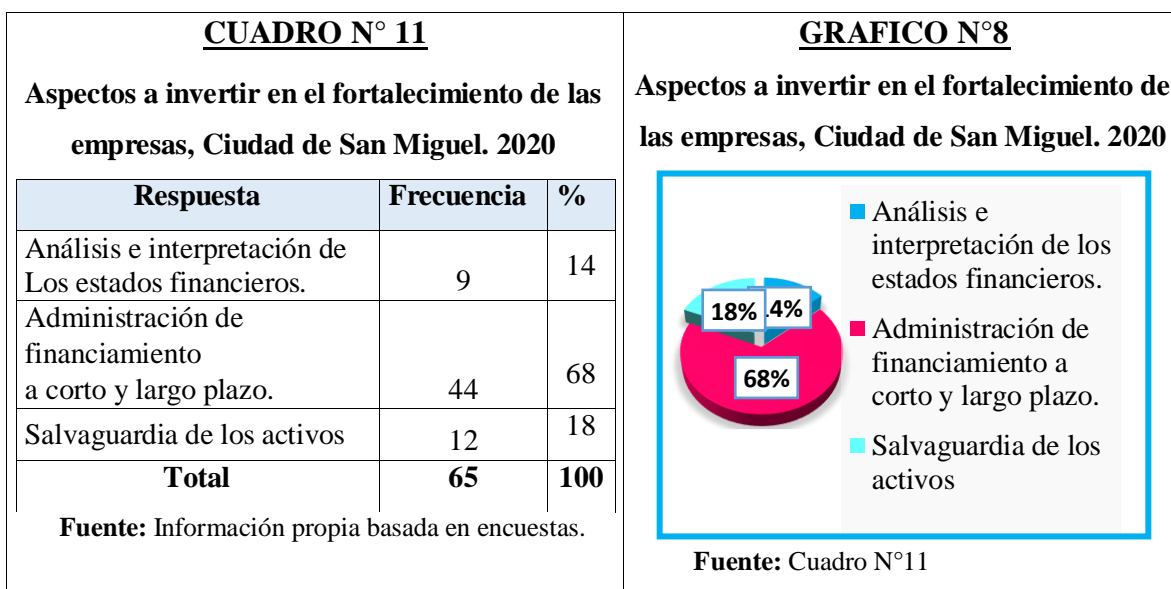
**PREGUNTA 7:** ¿En qué aspectos invertiría para el fortalecimiento de su empresa?

**El objetivo** es identificar aspectos en que los propietarios invertirían para el fortalecimiento de su empresa.

**a) Gestión administrativa**



**b) Gestión financiera**



## Departamento De marketing

**CUADRO N°12**

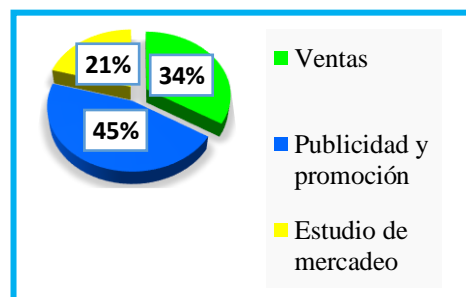
**Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas, Ciudad de San Miguel. 2020**

Respuesta	Frecuencia	%
Ventas	23	34
Publicidad y promoción	31	45
Estudio de mercadeo	14	21
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Información propia basada en encuestas.

**GRAFICO N°9**

**Aspectos a invertir en el fortalecimiento de las empresas, Ciudad de San Miguel. 2020**



**Fuente:** Cuadro N°12

**PREGUNTA 8:** ¿Estaría dispuesto a invertir en asesoramiento de Marketing?

**El objetivo** es identificar si los propietarios de empresas estarían dispuestos a invertir en asesoramiento de marketing.

**CUADRO N° 13**

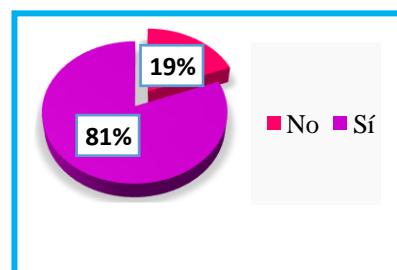
**Propietarios de empresas dispuestos a invertir en asesoramiento de marketing, Ciudad de San Miguel. 2020**

Respuesta	Frecuencia	%
No	13	19
Sí	55	81
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Información propia basada en encuestas.

**GRAFICO N°10**

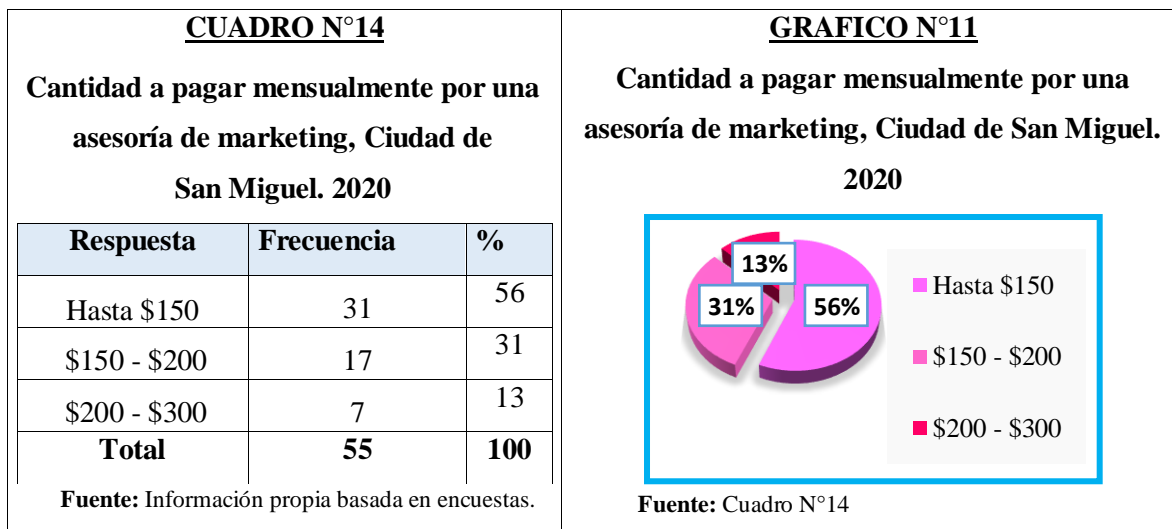
**Propietarios de empresas dispuestos a invertir en asesoramiento de marketing, Ciudad de San Miguel. 2020**



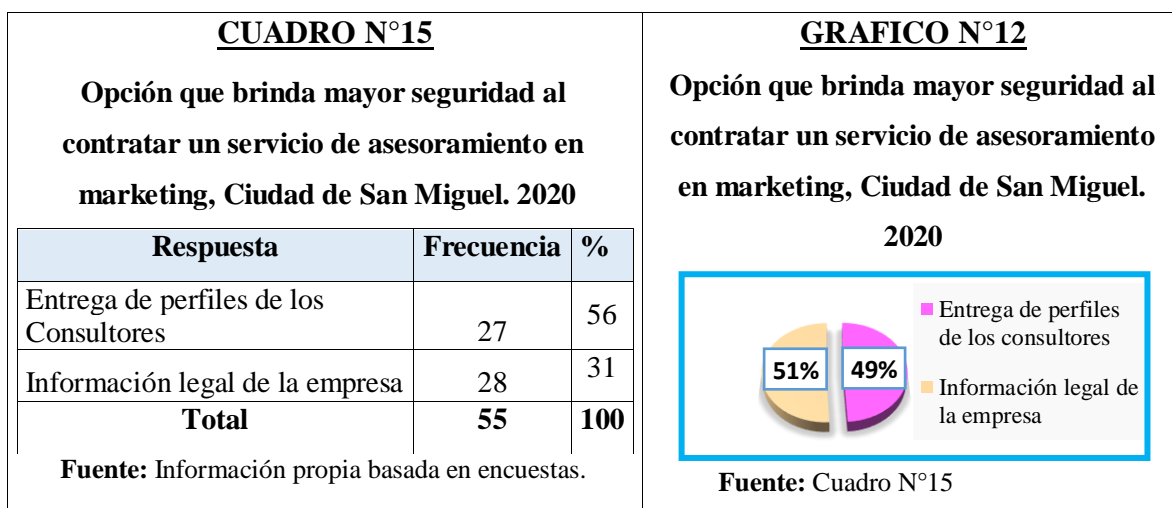
**Fuente:** Cuadro N°13

**PREGUNTA 9:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una asesoría de marketing?

El objetivo es identificar la cantidad que están dispuestos a pagar mensualmente por una asesoría de marketing.



**PREGUNTA 10:** ¿Qué le brindaría mayor seguridad en la contratación de un asesoramiento de marketing?



El objetivo es identificar lo que les brindaría mayor seguridad en la contratación de un asesoramiento de marketing.

**Empresas dispuestas a invertir en asesorías de marketing, cantidad de la que disponen y sector al que pertenecen.**

**El objetivo** es identificar las empresas que están dispuestas a invertir en asesorías de marketing, la cantidad de la disponen y así mismo identificar al sector que pertenecen.

**CUADRO N°16**

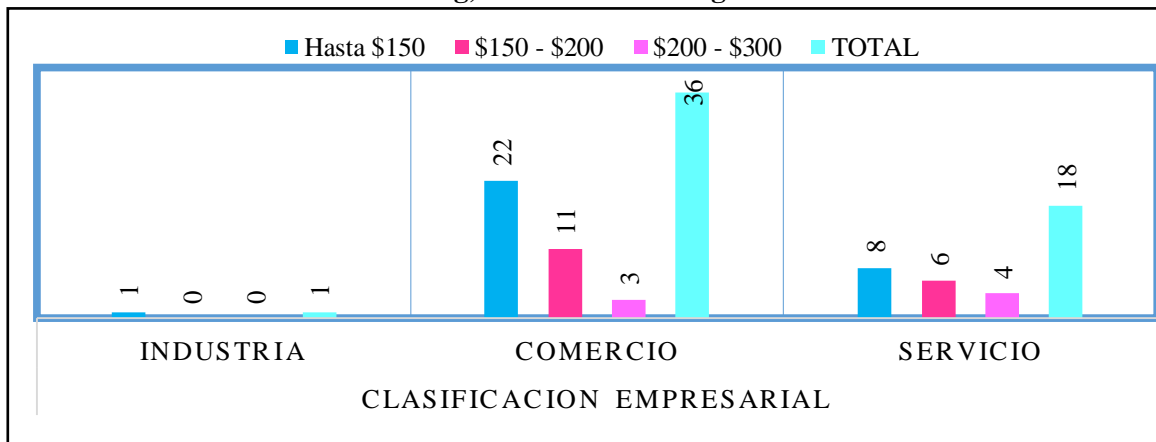
**Empresarios por monto de inversión, según clasificación empresarial, Ciudad de San Miguel. 2020**

		Clasificación empresarial		
		Industria	Comercio	Servicio
Cantidad a invertir en asesorías	Hasta \$150	1	22	8
	\$150 - \$200	0	11	6
	\$200 - \$300	0	3	4
	<b>TOTAL</b>	1	36	18

Fuente: Información propia basada en encuestas.

**GRAFICO N°13**

**Sectores de empresas y cantidad que disponen para invertir en asesoramiento de Marketing, Ciudad de San Miguel. 2020**



Fuente: Cuadro N°16

**Análisis:** Se puede observar que las empresas dispuestas a invertir en asesorías de marketing pertenecen al sector comercio y estas disponen de una cantidad de hasta \$150.

### **3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA CONSULTA MICRO EMPRESARIAL.**

Basado en la investigación realizada en el municipio de San Miguel para conocer qué tan importante es el marketing para los propietarios de emprendimientos, micros y pequeñas empresas, se puede observar que la mitad de los encuestados tienen menos de tres años operando en el mercado con un conocimiento básico en las actividades administrativas, comerciales y de marketing de su negocio.

Los datos revelan que la mayoría de los propietarios presentan problemas de marketing generalmente en el área comercial, y, aunque tienen el conocimiento de las actividades relacionadas a la empresa, los propietarios nunca han solicitado estos servicios que les puedan ayudar a solucionar los problemas.

El estudio realizado también da a conocer que los propietarios están dispuestos a invertir en las diferentes áreas de la empresa, en primer lugar, en la administración de financiamiento a corto y largo plazo, seguidamente, en publicidad y promoción y, por último, en el asesoramiento para la realización de los procesos de gestión.

Sin embargo, el 81% de los propietarios están en la disposición de invertir y dejarse asesorar para el mejoramiento continuo de su negocio, siempre y cuando, la empresa de consultoría le de la seguridad a través de la entrega de perfiles de los consultores. Los propietarios, cuenta con un presupuesto que no exceda los \$150.00 mensualmente en servicios de marketing. Por tanto los resultados son favorables para la creación de la microempresa de asesorías en marketing ya que un buen porcentaje de propietarios está dispuesto a pagar cierta cantidad para recibir asesoramiento para su empresa.

### **3.2.1 CONCLUSIONES PARCIALES DEL PLAN DE ESTUDIO**

Se concluye que la mayoría de los propietarios o gerentes de los emprendimientos, micro empresas y pequeñas empresas, tienen una idea relacionada a qué aspectos están relacionados a la consultoría de Marketing.

Los propietarios o gerentes, manifestaron estar interesados en contratar servicios de consultoría de Mercadeo, debido a un fuerte factor que es tener mejores resultados en sus negocios.

Finalmente, con los resultados de esta investigación, se puede concluir que la creación de una microempresa para asesoría de marketing en el departamento de San Miguel sería viable y factible, debido a que es una solución para ayudar a los emprendimientos, micros y pequeñas empresas ya que en el municipio no hay una empresa que se dedique de lleno a consultorías en marketing y que les dé un seguimiento en sus estrategias y, también, porque los propietarios están en la plena disposición de fortalecer y mejorar su negocio a través de las herramientas que brinda el marketing.

### **3.2.2 RECOMENDACIONES PARCIALES DEL PLAN DE ESTUDIO**

Luego de analizar los resultados, se recomienda la elaboración de la propuesta de implementación para la creación de una microempresa en servicios de asesorías de marketing en el municipio de San Miguel puesto que es viable y factible porque los propietarios de emprendimientos, micros y pequeñas empresas están en la disposición de fortalecer y mejorar su negocio invirtiendo en los aspectos relacionados a marketing.

También, se recomienda la legalidad de la empresa para generar confianza a los propietarios, una ubicación del establecimiento que sea accesible, un personal competente que maneje las herramientas de mercadeo y digitales, y, que los servicios de marketing a ofrecer sean dirigidos y adaptados mayormente a propietarios comerciales.

Por último, se recomienda establecer un presupuesto factible, que, según los resultados, este no exceda de los \$150.00 en los servicios de asesorías de marketing.

## **CAPÍTULO CUATRO: PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA**

A continuación, se presenta de acuerdo a los resultados obtenidos la propuesta para la creación de la empresa.

### **4.1 ESTUDIO DE MERCADO**

Dentro del estudio de mercado se detalla la definición del servicio a ofrecer, el análisis, la oferta y la demanda, también los principales competidores y canales de comercialización, finalmente las estrategias a implementar.

#### **4.1.1 DEFINICIÓN DEL SERVICIO A PROPORCIONAR**

Trata de brindar servicios intangibles de consultoría por medio de una red de profesionales con el conocimiento y experiencia necesaria, a las pequeñas y micro empresas que necesitan para resolver problemas de capacitación y desarrollo empresarial, a cambio de un precio razonable entre las partes.

Dentro de los servicios a proporcionar se encuentran:

- Realizar estudios de mercadeo
- Definir y gestionar la marca
- Producir contenidos de marketing y promoción
- Servir como enlace con los medios
- Desarrollar, implementar y dar seguimiento de las estrategias de marketing a ejecutar.
- Analisis de la competencia.
- Fidelizacion de clientes

#### 4.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En el departamento de San Miguel, se encuentra una de las sucursales de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) ofreciendo diferentes servicios como: Paquetes Empresariales para la formalización de las empresas, Asesoría en trámites empresariales, trámites para la formalización y apoyo al sector artesanal para ferias. La mayoría de emprendedores, microempresarios y pequeños empresarios, han solicitado algunos de los servicios que se ofrecen gratuitamente, debido a que CONAMYPE es la única empresa que ofrece este tipo de servicios en el sector.

CONAMYPE a través de sus 9 Centros Regionales y 6 Ventanillas de Empresarialidad Femenina ha realizado 1,483 asesorías y trámites empresariales de los cuales: 357 son trámites básicos de formalización, 564 trámites especializados y 562 trámites relacionados a la propiedad intelectual. Es evidente que existe la demanda de estos servicios de asesoría en marketing y que los propietarios de negocios en algún punto llegan a solicitarlos.

#### 4.1.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos, hay una gran cantidad de empresas que tienen el interés por adquirir servicios en marketing. En el siguiente cuadro se proyecta la población meta y el servicio que se ofrece.

**CUADRO N° 17**

**Proyección de la Demanda**

<b>Población meta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Servicio</b>
Emprendimientos	1,454	Asesorías en marketing
Microempresas	5,389	
Pequeñas empresas	746	

**Fuente:** resultados obtenidos de las encuestas.

#### 4.1.4 ANÁLISIS DE OFERTA

El propósito del análisis de la oferta es saber cuáles son los tipos de servicio que se ofrecen y a qué tipo de clientes están dirigidos.

Los servicios que se ofrecen, se diferencia de la competencia porque son específicamente de marketing teniendo el valor agregado que se acompaña de manera personalizada en cada uno de los pasos o etapas a seguir, asegurando contención y asesoramiento constante hasta alcanzar los objetivos.

Según los resultados del estudio de mercado realizado, los propietarios de negocios comerciales son los más interesados en adquirir servicios de asesoría que ayuden al fortalecimiento de su negocio.

#### 4.1.5 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para las estimaciones en el cuadro N°18 que se presentan, se han tomado datos obtenidos del estudio de mercado de acuerdo a la opción que la mayoría de propietarios considero adecuada respecto al costo del servicio a ofrecer.

**CUADRO N° 18**

**Proyección de la Oferta**

<b>Servicio</b>	<b>Ventas por mes</b>	<b>Costo por asesoría</b>
Asesorías en marketing	8	\$150

**Fuente:** resultados obtenidos de las encuestas.

#### **4.1.6 PRINCIPALES COMPETIDORES**

Entre los principales competidores en la ciudad de San Miguel, se encuentran la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Consultores y Asociados (AIH) y Asociación de Consultores de El Salvador (ACODES) a continuación se detalla información específica sobre cada uno de ellos.

##### **Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa- CONAMYPE.**

Impulsa el crecimiento de la micro y pequeña empresa de El Salvador a través del modelo de atención CDMYPE, dando servicios de asesoría empresarial, asesoría en tecnologías de información y comunicación, asesoría financiera, asistencia técnica, entre otros. Dicha entidad se impulsa desde el año 2010, como una respuesta a la necesidad de potenciar el crecimiento de la pequeña y micro empresa, y ampliar la cobertura de los servicios. Hoy en día brinda atención a los empresario/as y emprendedores de todos los departamentos del país.

##### **Consultores y Asociados- AIH.**

Es una empresa migueleña dedicada al branding, creación y diseño de contenido, creación de identidad corporativa y estrategias creativas.

##### **Asociación de Consultores de El Salvador (ACODES).**

Es una organización gremial especializada para el sector de servicios de consultoría en todos los campos de acción. Fue creada y funciona en El Salvador desde enero de 1977 y aunque, no está ubicada en San Miguel, es una de las primeras opciones a considerar cuando se trata de adquirir servicios de asesoría, por su trayectoria y experiencia.

#### 4.1.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal de comercialización que se utiliza para distribuir el servicio de consultoría al cliente es directo, puesto que no habrá intermediarios.



#### 4.1.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Las estrategias de promoción y publicidad a realizarse son las siguientes:

- Publicidad por medio de revistas empresariales y radio ocasionalmente.
- Distinción de la marca, para lo que se selecciona un slogan llamativo, un logotipo que permita diferenciar y posicionarse en la mente del consumidor, para que sea siempre la primera opción del cliente.

**Nombre:** LCV consultores marketing. El nombre se desglosa en la abreviatura LCV, siendo las iniciales de los creadores de la empresa, agregando la frase consultores marketing, un término utilizado para mostrar que es una empresa que presta servicios en esa área con técnicas e ideas nuevas.



**Slogan:** "tu mejor opción"

- Cronograma de los eventos a nivel local, regional y nacional, en los cuales la promoción y la publicidad de la consultoría se pueda ver beneficiada por relacionarse directamente con sectores de interés y potenciales clientes, además de la comunicación con gremiales y la posibilidad de alianzas estratégicas de planes que promuevan en estos eventos.
- Dar a conocer el servicio a través de Internet por medio de los correos electrónicos.
- Crear perfiles de la empresa en las diferentes redes sociales de mayor apogeo.

#### **4.1.9 ANÁLISIS DE MERCADO Y OPORTUNIDAD.**

Según la información del estudio de mercado realizado la gran mayoría de las empresas locales y nacionales pertenecen a micros y pequeñas empresas. En este mismo estudio se puede evidenciar claramente que los empresarios buscan asesoría al momento de crear la empresa, sin embargo, la fuente principal de orientación e información fueron los amigos, lo cual indica que los emprendedores no acuden ayuda de profesionales, por tanto, es una causa del fracaso de las empresas. Sólo el 19% de las micro y pequeñas empresas buscó asesoría (Ver pregunta 5 de la encuesta).

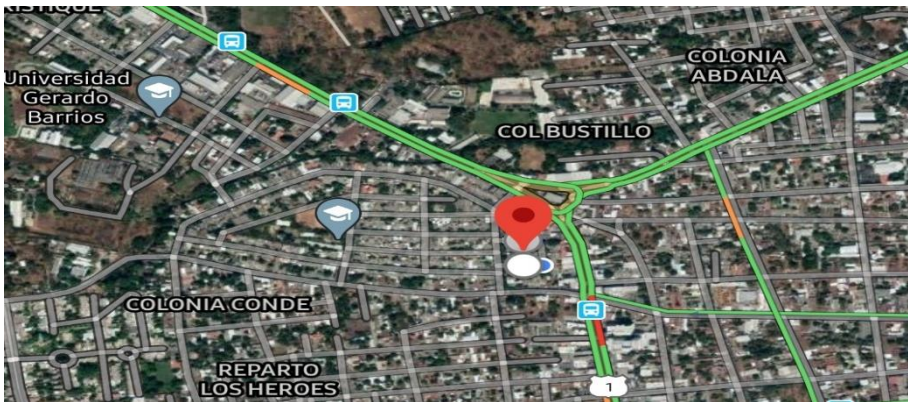
Gran parte de las MYPES empiezan a funcionar sin tener claridad en aspectos fundamentales para el éxito en los negocios como: administración, normas legales, condiciones del mercado y competencia. Aspectos que deben mejorar en la marcha, y así la empresa de consultoría se convierte en un proveedor para el posicionamiento de dichas empresas.

## 4.2 ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del servicio, para ello se hace la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos necesarios.

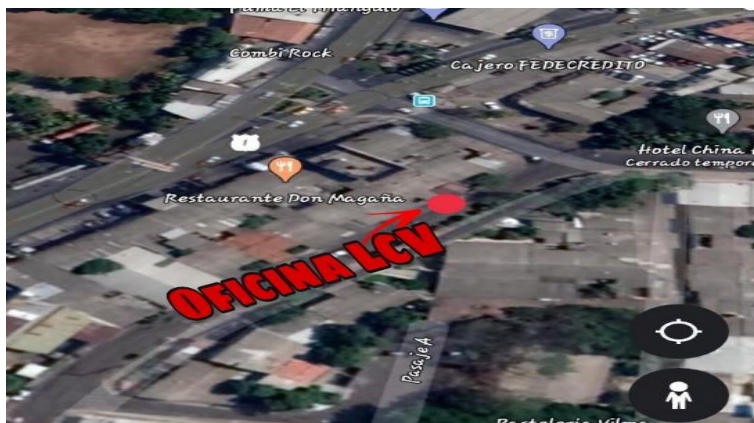
### 4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto tendrá lugar en la Colonia Hirleman, municipio de San Miguel, departamento de San Miguel, ya que cuenta con la extensión apropiada y de fácil acceso para brindar los servicios de marketing.



### 4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El local previsto para la oficina de la empresa se encuentra ubicado en el polígono 14 block 6 # 6-A, colonia Hirleman, municipio de San Miguel, departamento de San Miguel.



### **Aspectos importantes para la localización.**

Entre los aspectos básicos del lugar para ubicar la microempresa de servicios en consultorías se encuentran:

#### **Obras de Infraestructura:**

El lugar es una vivienda de dos niveles que tiene cuatro cuartos, cada uno adaptado a oficinas pequeñas, un espacio grande destinado para la sala de conferencias, baños, parque interno, sistema de video vigilancia, ambientación e iluminación adecuada para realizar negocios. Además, cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en marcha el proyecto como agua potable, luz eléctrica, red de alcantarillados y tiene un servicio de limpieza constante.

#### **Vías de Acceso:**

En cuanto a vías de acceso, tiene una fácil localización sus calles están en buen estado, y se puede acceder por medio la carretera Panamericana. La colonia es de las más seguras del municipio, cuenta con muchos negocios alrededor los cuales servirían como punto de referencia.

#### **Transporte:**

Respecto a la movilización, se puede llegar ya sea utilizando automóvil o también servicio de transporte público como buses urbanos que pasan constantemente y recorren gran parte de la ciudad.

### 4.2.3 SUMINISTROS E INSUMOS

Dentro de los suministros en insumos se encuentra:

- **Energía eléctrica:** utilizada para la iluminación de la oficina y hacer funcionar el equipo.
- **Agua potable:** Para poder mantener el aseo y la limpieza de la oficina. Ver cuadro N°19

#### CUADRO N°19

##### Energía eléctrica y agua potable

Descripción.	UM	Cantidad.
Energía eléctrica	kilovatio/hora	110.80 KW/h
Agua potable	Metro cúbico.	Cuota fija.

Fuente: datos consultados el 13 julio 2020.

#### 4.2.3.1 MATERIALES PARA LA LIMPIEZA.

A continuación, se detalla los materiales para el aseo del lugar.

#### CUADRO N° 20

##### Materiales para aseo y limpieza

Descripción	Cantidad trimestral	Costo total
Kit de desinfectantes (jabones, cloro, etc.)	3	\$5.00
Kit de limpieza (escoba, trapeador, recogedor, franelas.)	3	\$10.00
Set aromatizante Air Wick	10	\$35.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$50.00</b>

Fuente: Cotización realizada el 13 de julio de 2020

#### 4.2.3.2 MOBILIARIO Y EQUIPO

Para la implementación del proyecto, el mobiliario y equipo de la empresa se muestra a continuación:

#### CUADRO N° 21

##### Inversión en mobiliario y equipo de oficina.

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Escritorio	4	\$159.99	\$639.96
Archivero	3	\$62.99	\$188.97
Silla giratoria de escritorio	4	\$49.99	\$199.96
Silla de espera	1	\$139.99	\$139.99
Silla plástica	10	\$3.50	\$35.00
Laptop	1	\$339.00	\$339.00
Computadora de escritorio	3	\$239.99	\$719.97
Mesa de conferencias	1	\$189.99	\$189.99
Impresora multifunción Epson con tanque de tinta	1	\$349.99	\$349.99
Mini proyector y pantalla	1	\$149.99	\$149.99
Teléfono de línea fija	4	\$24.34	\$97.36
Calculadora de escritorio CASIO	3	\$8.49	\$25.47
Aire Acondicionado	2	\$169.00	\$338.00
Basurero	4	\$12.00	\$24.00
TOTAL			\$3,437.65

Fuente: Cotización realizada el 13 de julio de 2020

#### 4.2.4 MEDIDAS PARA LA OFICINA DE CONSULTORIA

El local utilizado para la instalación de la oficina consultora tiene una extensión de 17x11m<sup>2</sup>. La agencia de asesorías contará con las siguientes oficinas: sala de recepción de 6x4 metros, sala de conferencia con una superficie de 7x5 metros con espacio disponible para realizar reuniones internas de la empresa con empresarios, ya que cuenta con una mesa amplia y con sillas cómodas para largas jornadas. También una oficina para el gerente general de 4m<sup>2</sup> donde puede atender a más de una persona al mismo tiempo; además hay dos oficinas donde los consultores pueden ubicarse cómodamente para realizar sus investigaciones y propuesta; una oficina de 4m<sup>2</sup> y la otra 4x5m.

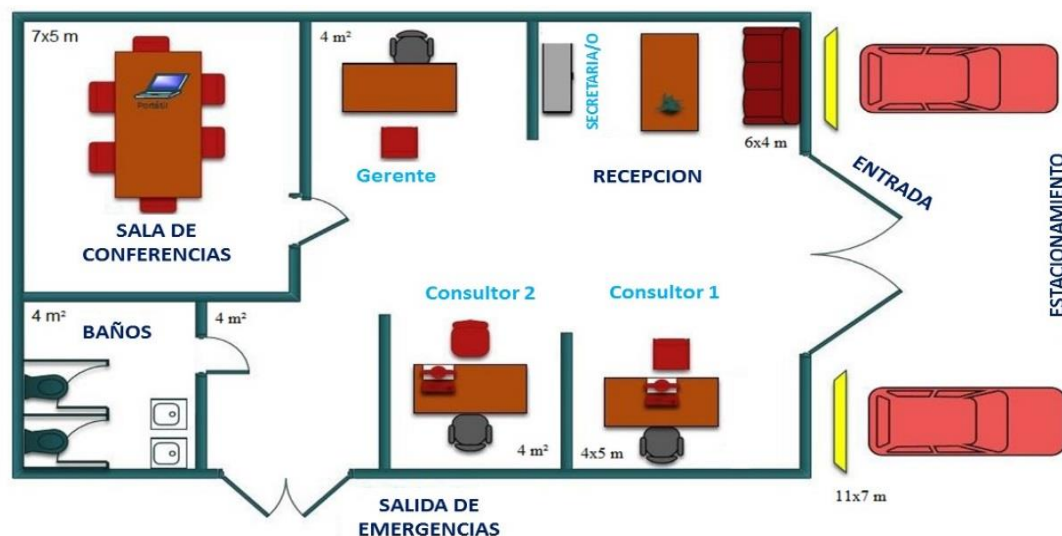
El lugar contará con un baño principal (para damas y caballeros debidamente señalizados) y un parqueo. Cada oficina cuenta todas las comodidades posibles tanto para los empleados como para los clientes que visiten el lugar.

#### 4.2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería es una etapa que está integrada a los demás estudios del proyecto, tiene que ver con las características de la venta del servicio y del consumidor, lo mismo con el mercado de insumos y equipos para la puesta en marcha del negocio, el tamaño, las restricciones financieras y de mercado.

A continuación, se presenta la imagen gráfica y la asignación de las áreas planteadas:

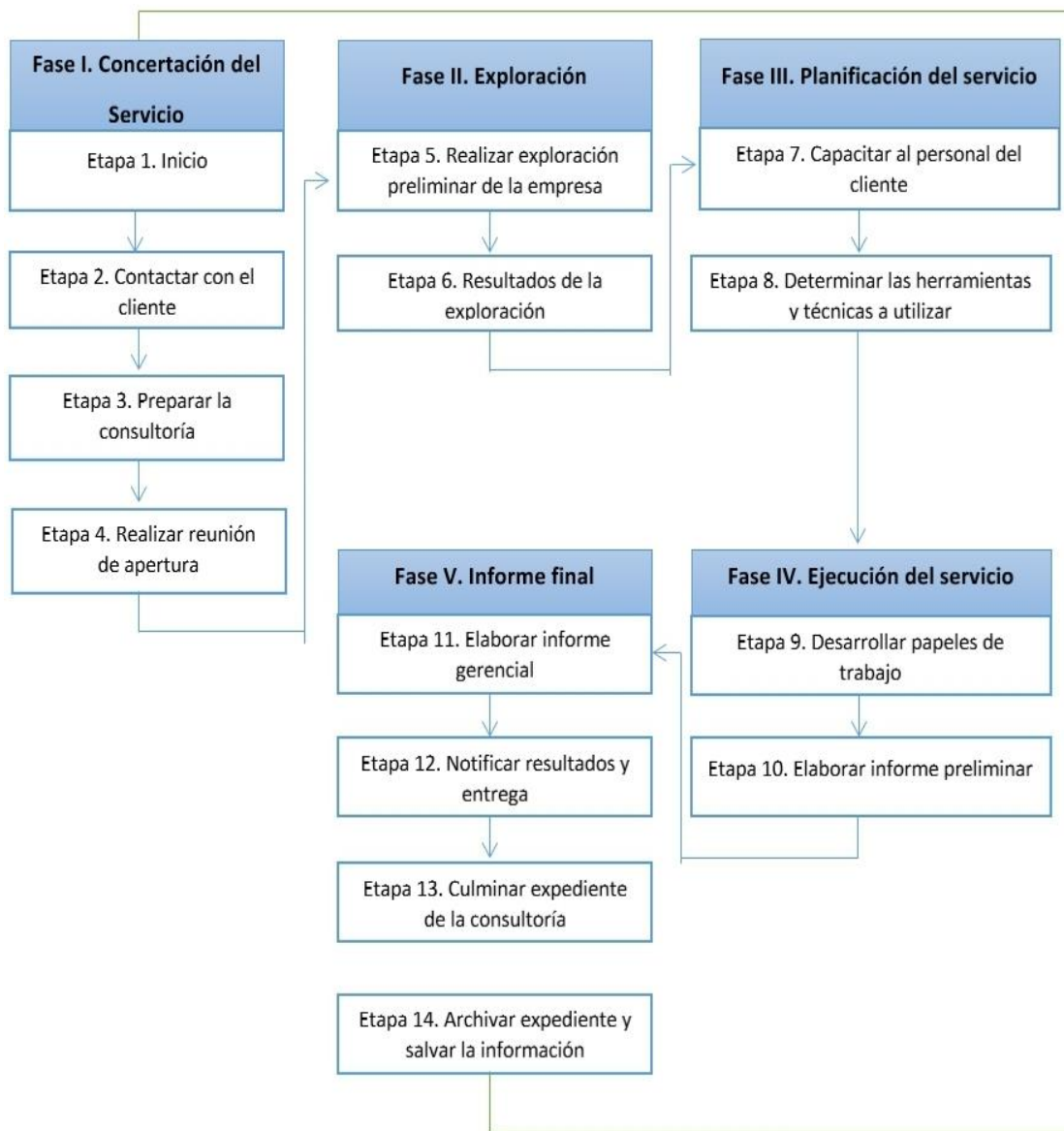
#### Diseño de la microempresa LCV



Nota: se ha considerado contar con un local propio para la ubicación del negocio, con el fin, de obtener mayor viabilidad en el proyecto planteado.

A continuación se detalla el proceso del servicio, sobre la base del modelo de la microempresa LCV Consultores Marketing, planteado por Francisco Centeno:

**Diagrama del modelo de servicio de la microempresa LCV.**



## 4.2.6 PROCEDIMIENTO GENERAL DE CONSULTORÍA

### Fase I. Concertación del servicio

La fase uno tiene un periodo determinado, se ha asignado un día como máximo de tiempo para preparar la consultoría y continuar con la fase II.

1. **Inicio.** En esta etapa se establecen las primeras relaciones entre el consultor y la empresa, este contacto puede presentarse de dos formas:

Cuando el cliente se acerca a la entidad consultora y solicita un servicio, el gerente u otro miembro del equipo consultor conforma y guarda en una base de datos la ficha técnica. Posteriormente se valora la aceptación o denegación del servicio y el Gerente comunica la decisión al cliente.

También cuando el consultor se acerca al posible cliente (potencial) para promocionar sus servicios. De ser requeridos, se conforma la ficha del cliente y se convienen las cláusulas fundamentales del contrato. De lo contrario se entregan plegables y vías de contacto para futuros trabajos.

2. **Contactar con el cliente:** Este encuentro cuenta con la presencia del gerente o encargado/a de la empresa cliente, miembros de su equipo de trabajo y una representación de la parte consultora. Aquí se da a conocer el problema existente, alcance de la consultoría, objetivos que persigue el cliente con el servicio, tiempo aproximado de duración, costos estimados, posibles consultores que formaran parte del equipo. De manifestarse discrepancias entre las partes, el servicio queda retenido; de existir acuerdo, se elabora el contrato. Posterior a su firma, se ratifica el equipo de trabajo del consultor.

**3. Preparar la consultoría:** En esta etapa se elabora la carta de presentación, la orden de trabajo, el plan de trabajo general y se identifica el posible programa de consultoría a utilizar, programa que puede sufrir cambios en dependencia del problema que manifestó previamente el cliente y los resultados que se obtengan en la exploración que se realice. Los documentos generados durante la preparación pasan a formar parte del expediente de consultoría.

**4. Realizar reunión de apertura:** Este encuentro tiene lugar en el domicilio del cliente, previo al comienzo del servicio, donde se presenta oficialmente el equipo que se dedicará a desarrollar el trabajo y su representante, además se solicita al cliente la información necesaria para acometer el servicio. El consultor se cerciora de que estén creadas las condiciones en el terreno, incluidos los recursos requeridos y se fija el día de entrada en la organización.

## **Fase II. Exploración.**

El tiempo determinado para esta fase es una visita al negocio por tres horas como máximo y un día para elaborar el reporte.

**5. Realizar exploración preliminar:** En esta etapa se recoge la información solicitada al cliente para llevar a cabo el diagnóstico de la entidad. A partir de la información existente, el consultor se familiariza con el tipo de empresa, define la posición en que se encuentra al momento de iniciar la consultoría, de conjunto con el equipo de cambio, realizan un análisis pormenorizado de la misión, visión, objeto y encargo social, estructura organizativa, mapa y fichas de procesos, planeación estratégica, áreas de resultados claves, documentación legal de la entidad, se aplican encuestas o entrevistas, para conocer la realidad con que opera la empresa. Así mismo, se determinan los problemas existentes, las causas que los provocan, las posibles soluciones y la disponibilidad de recursos para resolver los problemas, incluso se pueden analizar las propuestas de acciones que aporten los entrevistados.

**6. Elaborar Resultados de la Exploración:** Como producto final de esta etapa se genera un reporte denominado Resultados de la exploración, parte integrante del expediente, que es objeto de revisión por parte del supervisor, si este reúne la información necesaria y suficiente, el supervisor emite un Programa y Acta de Supervisión que se anexa al expediente, de considerarse alguna incongruencia con lo requerido se reajusta dicho reporte.

### **Fase III. Planificación.**

En esta etapa se considera que es necesario una jornada de 5 horas para impartir la capacitación.

**7. Capacitar al personal del cliente:** Esta etapa incluye un componente muy importante, la capacitación o la transferencia de conocimientos al personal del cliente, se determinan cuántas personas deben ser capacitadas, las temáticas, se planifican las sesiones, talleres o adiestramientos que se deriven de este proceso, así como los recursos que se requieran. Las acciones de capacitación se incorporan en el plan de trabajo general y al programa de consultoría. El plan de capacitación es archivado en el expediente.

**8. Determinar las herramientas y técnicas a utilizar:** Se seleccionan, las técnicas y herramientas que más se ajusten a la entidad demandante, de acuerdo a su experiencia, tipo de problema, para que sean capaces de apropiarse de ellas y utilizarlas posteriormente. Se debe recurrir a las más sencillas y de fácil comprensión.

#### **Fase IV. Ejecución del servicio.**

El proceso en esta fase se realiza en un día.

**9. Desarrollar papeles de trabajo:** En el proceso de ejecución se elaboran todos los Papeles de trabajo que el consultor considere necesarios para dar solución a los problemas, en ellos queda consignada la evidencia y resultados de las pruebas realizadas en esta etapa.

Aquí se aplican las herramientas seleccionadas para acometer el servicio, se efectúan reuniones, se trabaja en equipo, se realizan encuestas, entrevistas, cuestionarios, matrices, mapas, flujos de procesos, técnicas estadísticas, de calidad, herramientas informáticas y de apoyo a la gestión empresarial, se emplean las normas y resoluciones vigentes tanto internas como externas, relacionadas con el tema objeto de consultoría, se presentan propuestas novedosas para que sean analizadas y evaluadas por el cliente, para tomar las medidas apropiadas y aprovechar las oportunidades de mejora.

**10. Elaborar el Informe Preliminar:** Concluido el servicio de consultoría, el consultor a cargo de su prestación, elabora un proyecto de informe con marca de agua (borrador), donde se contemplan los resultados obtenidos en el trabajo realizado. Este informe se discute y analiza con la participación del cliente, de cumplir con todos los requisitos pasa directo a la próxima fase, en caso de incumplimientos se subsanan los errores.

#### **Fase V. Informe final**

La entrega y conformación del expediente que consta de cuatro etapas es un proceso que se realiza en una jornada laboral de cuatro horas.

11. **Elaborar informe gerencial:** Este informe resume resultados obtenidos, está condicionado al informe preliminar que resultó conforme a la primera revisión, o con las correcciones pertinentes realizadas, lleva implícita la firma y cargo del consultor actuante.

12. **Notificar resultados y entrega:** Se hace entrega al cliente de toda la documentación ocupada con anterioridad por el consultor y de la generada en el servicio.

Se elaboran y firman el acta de notificación de resultado final, el comprobante de entrega a mano y la encuesta de consultoría, se firma la factura del servicio prestado y se hace entrega del informe gerencial al cliente, archivándose una copia de todos estos documentos en el expediente.

13. **Culminar expediente de la consultoría:** Se elabora el índice con todos los documentos contentivos del expediente y se verifica que se encuentren firmados. Los papeles de trabajo se colocan en una carpeta denominada Adjuntos y el resto en la carpeta Generales. Se realiza por parte del supervisor una última revisión, de encontrarse todo correcto, emite un nuevo Programa y Acta de Supervisión, que se archivan igualmente en el expediente, de detectarse algún problema se reconfirma nuevamente el expediente.

14. **Archivar expediente y salvar la información:** El expediente se salva en el sitio web establecido al efecto, como evidencia del trabajo realizado, queda protegido contra escritura y borrado, solo se permite el acceso a consulta y copia del contenido, de esta forma se da por terminado el servicio. Es importante mencionar que el tiempo para llevar a cabo todas las fases de la asesoría requiere como máximo un total de 22horas y así dar los resultados al propietario del negocio.

#### **4.2.7 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

Para el establecimiento y el inicio de las operaciones de la empresa se detallan los procedimientos legales siguientes:

##### **Procedimiento N°1:**

**Selección del nombre e investigar si el nombre está disponible en el registro de comercio.**

El nombre de que se selecciona es “LCV Consultores Marketing” con el giro o actividad principal de brindar servicios en asesorías en marketing. Se investigó en el Registro de Comercio si el nombre está disponible, con la cual se verificó que no existe otra empresa con el mismo nombre. Este trámite no tiene ningún costo.

**Duración del proceso:** Aproximadamente de 1 a 3 horas.

##### **Procedimiento N°2:**

**Certificación del Cheque.**

Se procede ir a un banco local y abrir una cuenta corriente a nombre de uno o más socios para obtener una chequera. El monto de la cuenta tiene que ser al menos el 25% del capital para una sociedad anónima. (Ver anexo N°1)

**Duración del trámite:** Aproximadamente de 2 a 3 horas.

##### **Procedimiento N°3:**

**Obtención de solvencia en la Alcaldía Municipal.**

Cada uno de los socios debe presentarse en la Alcaldía Municipal del domicilio correspondiente y solicitar su solvencia municipal. (Ver anexo N°2 solvencia municipal)

**Documentos a presentar:** Original y copia del DUI Y NIT del interesado.

**Duración del trámite:** Aproximadamente de 30 minutos a 1 hora. **Documento a obtener:** Solvencia Municipal.

#### **Procedimiento N°4:**

##### **Constituir la sociedad por medio de escrituración pública.**

Para iniciar el proceso de constitución de la sociedad, es necesario contratar los servicios de un notario público salvadoreño, para lo cual se debe cumplir con todos los requisitos que hace referencia el Art. 22 y 194 del CC. (Ver anexo N°3 Escritura de Constitución de la Sociedad)

##### **La información a proporcionar es la siguiente:**

- Tipo de sociedad a constituirse.
- Nombre con el cual se identifica la sociedad.
- Giro de la empresa
- Nombres de los socios y porcentaje de participación en la composición del capital social.
- Nombres y cargos de las personas que administran y representan a la sociedad.

##### **Los documentos a presentar son:**

- El cheque del aporte de capital inicial.
- El Número de Identificación Tributaria (NIT) original y copia de cada uno de los socios.
- El Documento Único de Identidad (DUI) original y copia de cada uno de los socios.
- Solvencia municipal de cada socio.

**Duración del proceso:** No existe un tiempo definido para la realización de este trámite.

**Costo del proceso:** \$57.14

**Documento a obtener:** Testimonio de Escritura de constitución de la sociedad.

### **Procedimiento N°5:**

#### **Inscripción de escritura pública en el Registro de Comercio.**

Posteriormente de la elaboración de la escritura de constitución se procede a inscribirla en el Centro Nacional de Registro (CNR), para obtener la personalidad jurídica de la sociedad. (Ver anexo N°4 Recibo de inscripción de escritura)

**Para el Registro de escritura de constitución de la sociedad, se requiere la documentación siguiente:**

- Testimonio original de la escritura de constitución de la sociedad.
- Fotocopia de escritura de constitución de la sociedad en tamaño oficio centrada y reducida al 74%.
- Recibo de registro debidamente cancelado.
- Solicitud para Matricula de Empresa 1ª vez de Persona Jurídica (Art. 415 Cód. de C, 86 LRC).
- Recibo de Derechos de Registro debidamente cancelado (Art. 63 LRC).
- Fotocopia reducida a un 74% centrada en papel oficio.
- Recibo de Derechos de Registro debidamente cancelado (Art. 71 LRC).

**Duración del proceso:** Teóricamente se demora 3 días.

### **Procedimiento N°6:**

**Inscripción del Nombre Comercial, Emblema, Señal de propaganda de la empresa en el Registro de la Propiedad Intelectual.**

### **Registro del nombre comercial, marca y patente:**

- Para cualquiera de los casos se debe presentar una solicitud en el Registro de la Propiedad Intelectual, e incluir tanto la marca que se registra como el nombre de los productos o servicios que distinguirá de dicha marca. (Ver anexo N°5 Solicitud de registro de nombre, marca y patente)
- La solicitud se extiende en la fecha de recepción en el registro, siempre que los requisitos y los datos estén correctos.
- El registro lleva a cabo un examen de forma y de fondo, es decir, primero se evalúa si la solicitud cumple con todos los requisitos del registro, si en el caso que no los cumpla se notificara para la corrección del error en un periodo de cuatro meses.
- La aceptación del registro es publicada en el Diario Oficial y en un diario de circulación nacional, por tres veces, durante quince días, los gastos de esta publicación son soportados por el propietario de la marca.
- Durante los meses siguientes a la primera publicación, las personas que se opongan al registro podrán objetar la solicitud.
- Al no presentarse ningún obstáculo en el plazo establecido, el Registro procede registrar el nombre comercial.
- Una vez que la marca sea inscrita en el plazo de treinta días se le otorga al titular un certificado con los datos del registro.
- Las marcas registradas tendrán una vigencia de diez años a partir de la fecha de inscripción y podrán renovarse indefinidamente por un periodo de diez años.
- La empresa tendrá como nombre comercial "LCV Consultores Marketing".

Posteriormente el registro otorgara al titular el certificado en un plazo no mayor de 30 días, contados a partir de la fecha de inscripción.

**Documento a presentar:**

- Solicitud de inscripción del nombre comercial
- Recibo de la solicitud
- Primera publicación del aviso en el Diario Oficial.

**Documento a obtener:** Certificación del nombre

**Costo del proceso:** \$190.00

**Duración del trámite:** Aproximadamente cinco meses

**Procedimiento N°7:**

**Inscripción y Obtención del Balance Inicial.**

Este es elaborado por un contador público, y firmado por el representante legal de la sociedad.

**Documento a obtener:** Balance inicial

**Duración del trámite:** Aproximadamente 1 semana

**Costo del trámite:** \$117.14

**Procedimiento N°8:**

**Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) en el Ministerio de Hacienda.**

Se acude al Ministerio de Hacienda para solicitar el Número de Identificación Tributaria (NIT), se cancela \$1.25 del derecho de expedición, posteriormente se utiliza para asistir a la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), para cumplir con lo establecido en el Art. 4 de la Ley del Registro y Control Especial de Contribuyentes al Fisco.

**Documentos a presentar:**

- Presentar el Formulario F-210. (Ver anexo N° 6 formularios F-210)
- Escritura de constitución, en original y copia autenticada por Notario (ver paso 4).
- DUI y NIT originales del representante legal (ver paso 3).
- De no presentarse el representante legal se requiere Autorización autenticado por Notario.

**Documento a obtener:** Número de Identificación Tributaria

**Duración del proceso:** Aproximadamente media hora

**Costo del proceso:** \$1.50

### **Procedimiento N°9:**

#### **Solicitud de Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Posteriormente de obtener el NIT, se procede a ir al Ministerio de Hacienda para solicitar el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

#### **Documentos a presentar:**

- Presentar el Formulario F-210.
- Escritura de constitución, en original y copia autenticada por Notario (ver paso 4).
- DUI y NIT originales del representante legal (ver paso 3).
- De no presentarse el representante legal se requiere Autorización autenticado por Notario.

**Costo del proceso:** \$1.25

**Documento a obtener:** Registro Único de Contribuyente

**Duración del proceso:** 1 Hora.

### **Procedimiento N° 10:**

#### **Registrar la Empresa en la Alcaldía.**

Al obtener los documentos de las instituciones previas, se procede al registro en la Alcaldía Municipal del domicilio de la sociedad. Para inscribir la empresa debe presentarse al departamento de Catastro Municipal, dentro de los noventa días de haber iniciado cualquier actividad objeto de impuesto. (Art. 17, 18 y 19 de LIAEMNG). Este trámite no tiene ningún costo.

#### **Documentos a presentar:**

- Declaración jurada.
- Fotocopia de la Escritura de constitución de la sociedad (ver paso 5).
- Balance inicial auditado (ver paso 7).
- Fotocopia de NIT (ver paso 9).
- Fotocopia de tarjeta de IVA (ver paso 10).
- Fotocopia de DUI y de NIT del representante (ver paso 3).

**Documento a obtener:** Registro de la empresa en la Alcaldía

**Duración del proceso:** Aproximadamente de 4 a 5 horas

**Costo del proceso:** \$1.15

### **Procedimiento N°11:**

#### **Solicitar Solvencia de Dirección General de Estadísticas y Censo (DIGESTYC).**

Cuando se obtiene por primera vez la solvencia esta oficina recolecta la información en un formulario que debe ser llenado por el solicitante como requisito para la obtención de la matrícula de comercio. Al entregar el formulario la DIGESTYC extiende la solvencia estadística. (Ver anexo N° 7 Solvencia de La Dirección General de estadísticas y censo).

**Requisitos a cumplir:**

1. Los formularios deben ser presentados con el contador o en su defecto por un auxiliar contable.
2. Anotar las características generales del establecimiento a máquina o bolígrafo (no utilizar lápiz).
3. Los datos numéricos aproximados a cifras enteras.
4. El formulario debe ser acompañado por la documentación siguiente:
  - a. Fotocopia de balance inicial.
  - b. Fotocopia de NIT.
  - c. Tarjeta de registro (si desea Crédito Fiscal).
  - d. Llenar el formulario en dólares americanos para evitar la pérdida de tiempo en la conversión.
5. Para mayor comprensión de la información, todas las fotocopias deben estar legibles.

**Documento a obtener:** Formulario para la Solvencia de Dirección General de Estadística y censo (DIGESTYC).

**Duración del trámite:** Un día

**Procedimiento N°12:**

**Solicitud de Matrícula de Empresa y Establecimiento en el Centro Nacional de Registro.**

Se procede a solicitar la matrícula de la empresa y establecimiento, debiendo pagar los impuestos correspondientes. (Ver anexo N° 8 Solicitud de matrícula de la empresa)

**Documento a presentar:**

- Presentar solicitud dirigida al señor registrador.
- Presentar recibo de cancelación del arancel correspondiente.
- Constancia de solvencia de renta.
- Constancia de vialidad.
- Copia de escritura pública de constitución de la sociedad (ver paso 5).

**Documento:** Solicitud de matrícula de empresa

**Duración del trámite:** Aproximadamente tres meses

**Costo del proceso:** \$123.72

**Procedimiento N°13:****Obtención de la Matrícula de Empresa y Establecimiento.**

Para que la empresa pueda establecer la calidad de comerciante y establecimiento, debe de solicitar la matrícula de inscripción y establecimiento, la cual contendrá los datos necesarios para su identificación, cumpliendo con los requisitos establecidos en los Arts. 411 y 413 del C.C y Art. 63 de LRC. (Ver anexo N° 9 Matrícula de la empresa).

**Documentos a presentar:**

- Se procede a solicitar matrícula de comercio mediante un escrito dirigido al Señor Registrador.
- Original y Copia de la escritura pública de constitución para ser confrontada (ver paso 5).
- Copia de DUI y NIT del representante legal.
- Copia de NIT de la sociedad.

- Copia de Solvencia de la Alcaldía Municipal.
- Solvencia de DIGESTYC.
- Solvencia de la Dirección General de Impuestos Internos.
- Presentar recibo de cancelación de los aranceles.
- Original y fotocopia del balance inicial inscrito.
- Constancia de matrícula de comerciante social.

**Documento a obtener.** Matrícula de comerciante social y establecimiento.

**Duración del trámite:** 1 a 5 días

#### **Procedimiento N°14:**

##### **Inscripción de la Credencial del Representante Legal en el Centro Nacional de Registro.**

Se debe inscribir en el Registro de Comercio la certificación del punto de actas emitida por la secretaria de la Junta General de Accionistas para que la administración de la sociedad tenga efectos ante terceros. (Ver anexo N° 10 Inscripción de credencial del representante legal y junta directiva).

**Documento a presentar.** Recibo original de pago de derechos de registro cuyo arancel es de \$6.00. **Duración del trámite:** 6 a 12 horas.

#### **Procedimiento N°15:**

##### **Pactar honorarios con un Contador Público para la elaboración, Diseño y Legalización del Sistema Contable.**

Se procede a legalizar el sistema contable a utilizar, el cual puede ser manual o mecanizado, por medio de un Contador Público debidamente autorizado, posteriormente de haber cumplido con la obligación de inscribir el balance inicial.

(Ver anexo N° 11 Libro de Compra, anexo N° 12 Libro de Venta a Consumidores y anexo N° 13 Libro de Venta a Contribuyentes)

**Documentos a presentar:**

- Solicitud por parte del interesado en forma escrita y autenticado por un notario, dirigida al auditor externo de la sociedad, en cuanto a: autorización del sistema contable por primera vez, modificación o reposición del sistema contable
- Original y fotocopia del sistema contable y su descripción, todo de acuerdo a las normas de internacionales de contabilidad.
- Fotocopia de NIT y del número de inscripción de IVA de la Sociedad.
- Fotocopia de los recibos por pagos de matrículas de comercio del ejercicio vigente.
- Fotocopia de la Escritura de Constitución de la sociedad, inscrita en el Registro de Comercio o en su caso modificaciones del pacto social.
- Fotocopia del balance general (para nuestro caso Balance Inicial) inscrito en el registro de comercio.
- Solvencia extendida por la DIGESTYC.
- Solicitud por parte del interesado en forma escrita, dirigida al auditor externo de la sociedad, en cuanto a: Legalización de libros u hojas de Contabilidad e IVA de Comerciante individual o social.
- Cuando se solicite legalizar hojas, deben ser pre numeradas y con el nombre de la sociedad, además debe de presentar la primera y la última utilizada de la legación anterior si no es primera vez.
- Solicitud para la autorización del sistema contable

**Documento a obtener:** legalización de Sistema contable

**Duración del proceso:** Aproximadamente un mes. **Costo del proceso:** \$91.43

**Procedimiento N°16:**

**Solicitar Papelería Legalizada en una Imprenta Autorizada.**

Se acude a una imprenta autorizada por el Ministerio de Hacienda para ordenar papelería legal como facturas, comprobantes de consumidor final, nota de crédito, comprobante de retención, etc.

**Documentos a presentar:**

- Solicitud de asignación y autorización de correlativo para la emisión de documentos legales por imprenta.
- Formulario 940 original. (Ver anexo N° 14)

**Documento a obtener:**

- Factura
- Notas de crédito.
- Comprobante de crédito fiscal.
- Notas de débito.

**Duración del trámite:** Aproximadamente una semana. **Costo del proceso:** \$52.60

**Procedimiento N°17:**

**Publicación en el Diario Oficial.**

Se emiten tres publicaciones de la resolución de matrícula de comercio del Centro Nacional de Registros, en un diario de mayor circulación en el país. Se presenta al Departamento de Aforo y Documentos pagados el material a publicar para que obtenga el mandamiento de pago y le indican la fecha o fechas en que saldrá la publicación.

**Documentos a presentar:** Material a publicar.

**Duración del trámite:** Aproximadamente tres meses.

**Procedimiento N°18:**

**Registrar la Empresa en el Ministerio de Trabajo.**

Para continuar con la legalización, la empresa debe de inscribirse en el Ministerio de Trabajo para registrarse como un centro de trabajo ante dicha institución y que esta pueda actuar como un armonizador entre patronos y trabajadores. En este paso se cumplen los requisitos de Art. 55 y 56 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social. (Ver anexo N° 15 formularios de inscripción de la empresa en el ministerio de trabajo).

**Documentos que se deben presentar:**

- Presentar original y copia de solicitud de inscripción.
- Fotocopia de Escritura de Constitución de la Sociedad.
- Fotocopia de DUI del Representante Legal.
- Fotocopia de Credencial del Representante Legal.
- Fotocopia del balance inicial.
- Fotocopia del NIT de la sociedad.
- Fotocopia del NIT del Representante Legal.
- Presentar activo fijo de la empresa en detalle.
- Enviar nómina de trabajadores con copia de contratos de trabajo respectivos.
- Copia del poder correspondiente, en el caso de que la solicitud sea elaborada por un apoderado de la sociedad.

**Documento a obtener:** Inscripción de persona jurídica.

**Duración del trámite:** Aproximadamente una semana.

#### **4.2.8 ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO**

Para la realización del proyecto se ha determinado llevar un orden, según el equipo de trabajo con sus funciones asignadas y las características que debe tener el recurso humano en cada área.

##### **4.2.8.1 RECURSOS HUMANOS REQUERIDOS.**

El equipo de trabajo estará conformado por cuatro personas, distribuido de la siguiente forma: un administrador general de la empresa, dos consultores y un secretario/a. Quienes trabajaran por horas asignadas.

A continuación, las funciones de la empresa divididas en sus tres principales áreas:

Administración General, ventas y atención al cliente.

##### **Organigrama del proyecto.**



## Áreas para el proyecto.

### **Administración General.**

Se encarga de administrar y coordinar las actividades de todas las áreas de la empresa, mediante la aplicación de todos los controles internos; se toman las decisiones más importantes.

Perfil del personal requerido en el área de administración general:

#### **Perfil del gerente**

- Licenciado en mercadeo internacional o carreras afines, preferentemente con maestría en marketing.
- Sexo indiferente.
- Edad comprendida entre 23 y 50 años.
- Experiencia en desarrollo de estrategias de marketing.
- Orientado a resultados.
- Capacidad para tomar decisiones razonadas.
- Planificación estratégica.
- Líder.
- Disponibilidad de horario y de viajar dentro y fuera del país.
- Conocimiento en paquete office (Excel, Word, Outlook)
- Inglés avanzado.

### **Ventas.**

En esta área se encarga de vender el servicio de consultorías en marketing, dar seguimiento y control continuo a las actividades de ventas.

El perfil que se ha determinado es el siguiente:

### **Perfil de los Consultores**

- Licenciado en mercadeo internacional.
- Disponibilidad para viajar por el país.
- Mayor de Edad.
- Identificación de clientes potenciales.
- Ética laboral proactiva y profesional.
- Relaciones interpersonales.
- Integración y coordinación de equipos de trabajo y toma de decisiones.
- Alta competencia en la gestión de proyectos.
- Inglés intermedio.

#### **Atención al cliente.**

Se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los servicios que brinda la empresa.

Se detalla el perfil de esta área:

### **Perfil del secretario/a**

- Graduada/o de bachillerato
- Persona honesta, proactiva y eficiente.
- Inglés intermedio.
- Disponibilidad de horario.
- Habilidad de redacción.
- Facilidad de palabras y buen trato con las personas.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Buena presentación personal.
- Responsabilidad en el trabajo.

### 4.2.9 ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR



### 4.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.

A continuación, se presenta el estudio financiero donde se realiza un análisis sobre la rentabilidad del negocio.

#### 4.3.1 INVERSIONES.

Las inversiones que se realizan para la microempresa “LCV Consultores Marketing” en cuanto al mobiliario y equipo, se detalla en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 22**

**Inversión en mobiliario y equipo de oficina.**

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Escritorio	4	\$159.99	\$639.96
Archivero	3	\$62.99	\$188.97
Silla giratoria de escritorio	4	\$49.99	\$199.96
Silla de espera	1	\$139.99	\$139.99
Silla plástica	10	\$3.50	\$35.00
Laptop	1	\$339.00	\$339.00
Computadora de escritorio	3	\$239.99	\$719.97
Mesa de conferencias	1	\$189.99	\$189.99
Impresora multifunción Epson con tanque de tinta	1	\$349.99	\$349.99
Mini proyector y pantalla	1	\$149.99	\$149.99
Teléfono de línea fija	4	\$24.34	\$97.36
Calculadora de escritorio CASIO	3	\$8.49	\$25.47
Aire Acondicionado	2	\$169.00	\$338.00
Basurero	4	\$12.00	\$24.00
TOTAL			\$3,437.65

Fuente: elaboración propia basada en estudio técnico

La inversión en el proyecto es de \$3,437.65 donde la microempresa “LCV Consultores Marketing” tendrá una participación de un 100%.

#### 4.3.2 COSTOS DE OPERACIÓN VARIABLES Y FIJOS.

A continuación, se describe el costo variable y fijo para realización del proyecto.

## COSTOS VARIABLES.

### Gastos de venta.

Viáticos del personal para visitar el negocio de los propietarios.

**CUADRO N° 23**

#### Viáticos a consultores

Descripción	Cantidad	Viatico por asesoría	Viatico mensual	Viatico anual
Viáticos por visitas a negocios	8/Al mes	\$5.00	\$40.00	\$480.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$5.00</b>	<b>\$40.00</b>	<b>\$480.00</b>

Fuente: Elaboración propia basada en el estudio técnico.

El costo variable total de los viáticos anuales es de **\$480.00**.

## COSTOS FIJOS.

### Recurso Humano.

A continuación, se presenta en el siguiente cuadro el personal necesario para el proyecto y sus respectivos salarios.

**CUADRO N° 24**

#### Salarios de empleados mensuales y anuales.

Cargo	Jornada laboral		Salario por hora	Salario por mes	Salario anual
	Días	Horas			
Gerente general	21	4	\$2.25	\$189.00	\$2,268.00
Consultor 1	21	4	\$2.00	\$168.00	\$2,016.00
Consultor 2	21	4	\$2.00	\$168.00	\$2,016.00
Secretario/a	21	4	\$1.75	\$147.00	\$1,764.00
<b>Total</b>				<b>\$672.00</b>	<b>\$8,064.00</b>

Fuente: elaboración propia.

La planilla refleja que el personal trabajará media jornada, de lunes a viernes por 4 horas diarias, en total 84 horas al mes, el costo anual será de \$8,064.00 en pago de salarios a empleados, en la modalidad a destajo.

### **Gastos de administración.**

Dentro de los gastos administrativos se comprende el pago de la energía eléctrica del local, agua potable, así como también el material para el mantenimiento del local.

**CUADRO N° 25**  
**Energía eléctrica y agua potable**

Descripción	UM	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	kilovatio/hora	110.80 KW/h	\$25.00	\$300.00
Agua potable	Metro cúbico.	Cuota fija.	\$10.00	\$120.00
Total			\$35.00	\$420.00

Fuente: elaboración propia basada en estudio técnico.

El total de gastos en agua potable y energía eléctrica es de \$420.00 al año.

### **Listado de materiales para el mantenimiento.**

En el cuadro siguiente se determina el material indumentario que se requiere para realizar el mantenimiento de la empresa con su respectiva inversión.

**CUADRO N° 26**  
**Materiales para aseo y limpieza**

Descripción	Cantidad Trimestral	Costo trimestral	Costo anual
Kit de desinfectantes (jabones, cloro, etc.)	3	\$5.00	\$20.00
Kit de limpieza (escoba, trapeador, recogedor, franelas.)	3	\$10.00	\$40.00
Set aromatizante Air Wick	10	\$35.00	\$140.00
TOTAL		\$50.00	\$200.00

Fuente: Elaboración propia basada en estudio técnico.

Para los materiales de mantenimiento se ha hecho un presupuesto trimestral, que en total son \$50.00 al realizarlo mensualmente sería un total de \$16.67.

El costo fijo promedio mensual de la microempresa “LCV Consultores Marketing” es de **\$723.67** donde incluye pagos a personal del negocio y gastos generales.

### 4.3.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y PRECIO

- **Determinación del costo unitario:**

$$\text{Costo unitario del servicio} = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Costos variables totales}}{\text{Total unidades producidas}}$$

$$\text{Costo unitario del servicio} = \frac{\$723.67 + \$40.00}{8 \text{ asesorías}}$$

$$\text{Costo unitario del servicio} = \mathbf{\$95.46 \text{ costo unitario}}$$

- **Determinación del costo del precio:**

$$\text{Precio unitario del servicio} = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Costos variables totales}}{\text{Total unidades producidas}} \times \text{margen de utilidad}$$

$$\text{Precio unitario del servicio} = \frac{\$723.67 + \$40.00}{8 \text{ asesorías}} \times 40\%$$

$$\text{Precio unitario del servicio} = \mathbf{\$134.00 \text{ precio unitario}}$$

**Análisis:** el costo de realizar cada asesoría en marketing es de \$95.46 y el precio considerando un margen de utilidad del 40% de su costo se obtiene \$134.00 el cual, se ha aproximado como precio de venta total de **\$150.00** para cada asesoría que se brinde a los propietarios de negocios.

El precio se ha considerado debido a los resultados del estudio de mercado que se realizó, según la investigación fue el monto con mayor aceptación para impartir las asesorías en marketing.

#### 4.3.4 PROYECCIONES DEL SERVICIO A OFRECER.

El número de asesorías que se pretender dar en los primeros doce meses, del primer año proyectando que la producción será constante, son 8 asesorías mensualmente.

**CUADRO N° 27**

##### **Proyección anual del servicio de asesorías en marketing**

Servicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
Asesorías en marketing	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
TOTAL	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96

Fuente: Elaboración propia basada en estudio de mercado.

El total de asesorías en marketing durante el primer año sería de 96 al lograr que mensualmente se den 8, significa que al proyectar esta cantidad a un precio de venta de \$150 se obtendría \$1,200.00 al mes.

### 4.3.5 FLUJO DE CAJA MENSUAL

El flujo de proyecto de los primeros doce meses es el siguiente:

#### CUADRO N° 28

##### Flujo de caja

INGRESOS.	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	TOTAL
Asesorías	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$14,400.00
<b>TOTAL.</b>	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$1,200.00	\$14,400.00
EGRESOS.													
Gastos de venta	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$480.00
Salarios.	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$ 672.00	\$8,064.00
Gastos de Administración.	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$35.00	\$420.00
Material de Mantenimiento.	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$16.67	\$200.00
<b>TOTAL.</b>	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$763.67	\$9,164.00
<b>SALDO.</b>	\$436.33	\$436.33	\$1,200.00	\$1,963.67	\$2,727.34	\$3,491.01	\$4,254.68	\$5,018.35	\$5,782.02	\$6,545.69	\$7,309.36	\$8,073.03	\$5,236.00
<b>SALDO ACUMULADO.</b>	\$436.33	\$1,200.00	\$1,963.67	\$2,727.34	\$3,491.01	\$4,254.68	\$5,018.35	\$5,782.02	\$6,545.69	\$7,309.36	\$8,073.03	\$8,836.70	

Fuente: Elaboración propia basada en la investigación.

El flujo de caja para el primer año es positivo, representado por \$436.33 para el primer mes y refleja un saldo acumulado de \$8,836.70 al final del año,

Por tanto, representa un buen flujo acumulado para financiar los servicios de asesorías de la microempresa “LCV Consultores Marketing.

#### 4.3.6 UTILIDAD Y RENTABILIDAD ANUAL

La rentabilidad debe comprenderse como la justificación de un buen negocio, a continuación, se muestra la evaluación del proyecto.

#### ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

El Estado de Resultados proyectado, muestra los datos provenientes del análisis de las actividades de asesoría en marketing.

Fuente: Elaboración propia basada en datos del proyecto.

#### CUADRO N° 29

LCV Consultores Marketing			
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021			
(Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América)			
VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos de ventas de servicios	\$14,400.00	\$15,840.00	\$17,424.00
<b>TOTAL</b>	<b><u>\$14,400.00</u></b>	<b><u>\$15,840.00</u></b>	<b><u>\$17,424.00</u></b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			
Sueldo y salarios	\$8,064.00	\$8,064.00	\$8,064.00
Servicio de agua y energía eléctrica	\$420.00	\$420.00	\$420.00
Mantenimiento	\$200.00	\$200.00	\$200.00
<b>GASTOS DE VENTA</b>			
Viáticos	\$480.00	\$528.00	\$580.80
<b>(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b><u>\$9,164.00</u></b>	<b><u>\$9,212.00</u></b>	<b><u>\$9,264.80</u></b>
<b>UTILIDAD DE OPERACIONES</b>	<b><u>\$5,236.00</u></b>	<b><u>\$6,628.00</u></b>	<b><u>\$8,159.20</u></b>
Impuesto 25%	\$1,309.00	\$1,657.00	\$2,039.80
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b><u>\$3,927.00</u></b>	<b><u>\$4,971.00</u></b>	<b><u>\$6,119.40</u></b>

El análisis de Estado de Resultados se muestra que al finalizar el primer año se tiene una utilidad neta de \$3,927.00 y se toma como base las ventas del año uno para incrementar un 10% al resto de los años, así la utilidad neta para el tercer año es de \$6,119.40 permitiendo ejecutar el proyecto ya que muestra un saldo positivo.

## BALANCE GENERAL

A continuación, se detalla el balance general de la microempresa LCV Consultores Marketing:

### CUADRO N° 30

LCV Consultores Marketing	
BALANCE GENERAL	
31 DE DICIEMBRE DE 2021	
(Cifras expresadas en dólares de los Estados Unidos de América)	
CONCEPTO	
<b>ACTIVO</b>	
Activo Corriente	
Efectivo y Equivalente	
Cuentas y Documentos por Cobrar	\$14,400.00
Clientes	\$14,400.00
Activo no Corriente	
Mobiliario y Equipo	<u>\$3,437.65</u>
Total Activo	<u>\$17,837.65</u>
<b>PASIVO</b>	
Cuentas y Documentos por Pagar	
Por pagar	<u>\$9,164.00</u>
Total Pasivo	\$9,164.00
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	\$2,554.25
Utilidad del Ejercicio	<u>\$6,119.40</u>
Total Patrimonio	<u>\$8,673.65</u>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<u>\$17,837.65</u>

Fuente: Elaboración propia basada en datos del proyecto.

**NOTA:** El capital social que aportarán los socios del proyecto asciende a un monto de \$2,554.25 dividido entre los tres dueños.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y PUNTO DE EQUILIBRIO.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS ANUALES}}{\text{PRECIO DE VENTAS} - \text{COSTOS VARIABLES}}$$

$$PE = \frac{\$8,684.00}{\$150.00 - \$40.00}$$

$$PE = \frac{\$8,684.00}{\$110.00}$$

$$PE = 79 \times \$150.00 = \underline{\underline{\$11,850.00}}$$

El punto de equilibrio en ventas es de \$11,850 al año, por tanto, se debe vender un total de 79 asesorías, lo que indica que con ese número de ventas se cubren los costos fijos y variables.

Según la proyección se pretende realizar de 8 mensuales hasta llegar a 96 asesorías en el año es así como se supera el punto de equilibrio y por ende se genera utilidad.

## RAZONES FINANCIERAS

### a. Índice de solvencia

$$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} = \frac{\$14,400.00}{\$9,164.00} = 1.57$$

Existen \$1.57 de activos corrientes por cada \$1.00 dólar de pasivos a plazo lo que significa que la empresa tiene capacidad para solventar sus obligaciones.

### b. Capital neto de trabajo.

$$\text{CNT} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente} = \$14,400.00 - \$9,164.00 = \$5,236.00$$

El exceso de activo corriente sobre el pasivo corriente muestra el margen de cobertura al adquirir compromisos para cancelar en el año.

### c. Rendimiento de la inversión

$$\text{RI} = \frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Ventas}} = \frac{\$3,927.00}{\$14,400.00}$$

$$\text{RI} = 27\%$$

por cada dólar invertido por los socios se obtienen \$0.13

### d. Rendimiento de activo total

$$\text{RAT} = \frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Activo Total}} = \frac{\$3,927.00}{\$17,837.65}$$

$$\text{RAT} = 22\%$$

Lo que significa que por cada dólar invertido en el activo total se obtendría una ganancia de \$0.22 de utilidad neta libre de impuestos.

## PROYECCIONES: VAN, TIR, BENEFICIO COSTO

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) y el Factor de Descuento (FD) se necesita de un porcentaje de rendimiento de la inversión, lo cual se conoce como Tasa Interna de Retorno (TIR). Para calcular la TIR es necesario, primeramente, encontrar un Factor Valor Presente, el cual se calcula de la forma siguiente (haciendo uso de los valores monetarios antes calculados):

✓ Cálculo de la TIR. Factor Valor Presente = Inversión Inicial / Flujos promedios

$$FVP = \frac{\$3,437.65}{\left(\frac{3,927.00 + \$4,971.00 + \$6,119.40}{3}\right)} = \frac{\$3,437.65}{\left(\frac{\$15,017.40}{3}\right)} = \frac{\$3,437.65}{\$5,005.80} = \mathbf{\$0.6867}$$

El valor encontrado, al buscarlo en una tabla de factores de valor presente de efectivo, se aproxima al dato 0.6867, el cual representa un porcentaje de rendimiento de la inversión para 3 años que es un 15%. Con el valor encontrado se procede a calcular el FD y el VAN.

✓ Cálculo del Factor de Descuento.

$$FD = \frac{1}{(1+r)^n}$$

$$FD1 = \frac{1}{(1+0.15)^1} = 0.8696 = \mathbf{0.87}$$

$$FD2 = \frac{1}{(1+0.15)^2} = 0.7561 = \mathbf{0.76}$$

$$FD3 = \frac{1}{(1+0.15)^3} = 0.6575 = \mathbf{0.66}$$

✓ Cálculo del Valor Actual Neto.

$$VAN = \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n} - II$$

$$VAN = \frac{\$3,927.00}{(1+0.15)^1} + \frac{\$4,971.00}{(1+0.15)^2} + \frac{\$6,119.40}{(1+0.15)^3} - \$3,437.65$$

$$VAN = (\$3,414.78 + \$3,758.79 + \$4,023.60) - \$3,437.65$$

$$VAN = \$11,197.17 - \$3,437.65 = \mathbf{\$ 7,759.52}$$

Se observa que el valor presente neto de la inversión, es de \$7,759.52 dólares al ser un VAN positivo, es conveniente realizar la inversión.

### **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.**

Se presenta a continuación los cálculos para el Periodo de Recuperación:

PR= Inversión inicial/ Entradas de efectivo por operación.

\*Como se tienen flujos de efectivo mixtos (entradas de efectivo por operación) estas deben acumularse hasta que se recupere la totalidad de la inversión.

Inversión inicial = \$3,437.65

Flujo neto: Flujo neto de efectivo año 1= \$3,927.00

Calculo del Periodo de recuperación. Año 1= \$3,927.00

PR= (\$3,437.65/\$3,927.00) = 0.8753883372 (12) = **10.50 meses**

El periodo de recuperación de la inversión es de 10 meses, 15 días aproximado lo que, según los indicadores y las proyecciones de ingresos, la inversión de \$3,437.65 dólares se puede recuperar en un corto plazo.

En el siguiente cuadro se refleja los siguientes indicadores financieros de la microempresa “LCV Consultores Marketing”:

**CUADRO N° 31**

**Proyecciones del VAN, TIR, y beneficios del proyecto.**

	PRE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inversión inicial	\$ 3,437.65	\$ 3,437.65	\$ 3,437.65	\$ 3,437.65
Utilidad del ejercicio		\$ 3,927.00	\$ 4,971.00	\$ 6,119.40
Factor de descuento		0.87	0.76	0.66
Valor descontado		\$3,416.49	\$ 3,777.96	\$ 4,038.80
VAN	\$ 7,759.52			
TIR	15%			
Período de recuperación	10.50 meses			

Fuente: Elaboración propia basada en datos de la investigación.

El Valor actual neto de este proyecto realizando una inversión de \$3,437.65 es de \$7,759.52 dólares de VAN al final del periodo de 3 años, la TIR es de 15%, lo cual es valor aceptable ya que genera beneficios y el proyecto se considera factible su implementación según los indicadores financieros.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Según el estudio realizado en el municipio de San Miguel, no existe una empresa que se dedique únicamente al asesoramiento de marketing acompañando de manera personalizada a los clientes, es por ello, que la creación de una microempresa en asesorías de marketing es viable y factible, debido a que es una solución para ayudar a los emprendimientos, micros y pequeñas empresas fortaleciéndolos a través de las herramientas que brinda el marketing. Dicha creación, es aceptable debido a que los propietarios están dispuestos a invertir en asesorías para el mejoramiento continuo de su negocio, siempre y cuando, la empresa de consultoría les brinde seguridad a través de la entrega de perfiles de los consultores.

Para la creación de la microempresa, se consideró que es importante tener una base legal, la empresa debe de tener sus reglas claras y sus principios bien definidos para poder rendir cuentas a las partes interesadas, ya sea dentro o fuera de la misma empresa, parte de estas reglas tiene que ser el estricto cumplimiento de las leyes.

Según los indicadores financieros es rentable. El flujo de caja acumulado del primer año es positivo, lo que permite financiar los servicios de asesoría de la microempresa, el análisis de Estado de Resultados se muestra que al finalizar el primer año tiene una utilidad neta de \$3,927.00 y se toma como base las ventas del año uno para incrementar un 10% al resto de los años, así la utilidad neta para el tercer año es de \$6,119.40 permitiendo ejecutar el proyecto ya que muestra un saldo positivo. Además, el beneficio del costo que genera estas proyecciones financieras es de \$0.56 por cada dólar invertido. El periodo de recuperación de la inversión es de 10 meses, 15 días aproximado lo que, según los indicadores y las proyecciones de ingresos, la inversión de \$3,437.65 dólares se puede recuperar en un corto plazo.

## **RECOMENDACIONES**

Para la creación de una microempresa en asesoría de marketing en el municipio de San Miguel, se recomienda como principal objetivo auxiliar a emprendedores, microempresarios y empresarios a elegir estrategias de promoción que ayuden al crecimiento de sus negocios.

Se recomienda a la microempresa tener una base legal, para un mejor funcionamiento con transparencia y ética profesional. Los compradores de productos y/o servicios de una empresa no solo se interesan por la calidad y el precio, sino también por el papel que juega la empresa dentro de la sociedad.

Por último, se recomienda la ejecución de la creación de la microempresa en asesorías de marketing debido a que será de gran utilidad para los empresarios migueleño, así como también rentable para las personas que la crearán, de igual forma, seguir realizando un estudio de mercado para expandir los servicios de marketing y ofrecerle a todo tipo de empresario.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS.

- Arques, N. (2010). *Todo tiene un precio* (1ª ed.). Barcelona: Alienta Novela de Centro Libros PAPP, S.L.U Grupo Platea.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1972). *Código de Trabajo de El Salvador* (1ª ed.). (G. R. Humberto Villasmil Prieto, Ed.)
- Asociación Española de Empresas de Consultoría (AEC). (2008). *Libro Blanco de Buenas Prácticas en el Mercado de Consultoría*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Chase, R., Jacobs, R., & Aquilano, N. (2009). *Administración de Operaciones: Producción y Cadena de Suministros*. México D.F: McGraw-Hill/ Interamericana editores, S.A de C.V.
- FERREL, O. H. (2005). *Estrategia de Marketing* (2ª ed.). Mexico D.F.
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Economico y Social (FUSADES). (2006). *Hacia una MIPYME más completa* (1ª ed.). San Salvador.
- Garcillán, M. d., & Rivera Camino, J. (2014). *Marketing Sectorial, Principios y Aplicaciones* (1ª ed.). Madrid: ESIC.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing* (6ª ed.). México: Pearson Educación.
- Kubr, M. (1997). *La Consultoría De Empresas: Guía Para La Profesión*. Ginebra: Oficina Internacional Del Trabajo.
- Menjívar, R. (1980). *Acumulación Originaria y Desarrollo del Capitalismo* (19ª). San Salvador: EDUCA.
- Oficina Internacional del Trabajo. (1996). *La Consultoría de Empresas, Guía para la Profesión* (3ª ed.). Ginebra.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (1972). *Empleo, ingresos e igualdad: Una estrategia para aumentar el empleo productivo en Kenya*. En o. i. trabajo (1ª ed.). Ginebra, Naciones Unidas.

Organizacion Internacional del Trabajo (OIT). (2015). *Panorama Laboral Temático. Pequeñas empresas, grandes brechas. Empleo y condiciones de trabajo en las MYPE de América Latina y el Caribe* (1ª ed.). Ginebra.

Ribeiro Soriano, D. (1998). *Asesoramiento en Direccion de Empresas: La Consultoría*. España: DIAZ DE SANTOS.

Spencer Hull, G. (1986). Guía para la pequeña empresa: Tendencias en una economía global. En *Administracion* (pág. 98). Mexico, Mexico: Genirka.

Stanton, J., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos del Marketing* (14ª ed.). México: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Torres, M. (2006). Microempresa, pobreza y empleo en America Latina y el Caribe. En *Una propuesta de trabajo* (pág. 12). Washington, Estados Unidos: OEA.

#### **SITIOS WEB.**

Álvarez, M., & Durán Lima, J. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una Contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. San Salvador, El Salvador. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual\\_Micro\\_Pequeña\\_Mediana\\_Empresa\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf)

American Marketing Association (A.M.A.). (05 de Mayo de 2020). *American Marketing Association (A.M.A.)*. Obtenido de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

Apontes , C., & Quintanilla, J. (5 de Diciembre de 2008). *Plan promocional para la comercializacion de servicios de consultoria de mercadeo en el sector privado*. Tesis, Universidad Dr. José Matías Delgado, San Salvador, San Salvador. Obtenido de [https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/opac3/sbusqueda.php?cc=4&searchType=titl\\_a%2Ctitl\\_m%2Ctitl\\_c%2Ctitl\\_s%2Caut\\_p\\_a%2Caut\\_i\\_a%2Caut\\_p\\_m%2Caut\\_i\\_m%2Caut\\_p\\_c%2Caut\\_i\\_c%2Cresumen\\_anadoc%2Cdesc\\_ppales\\_anadoc%2Cdesc\\_post\\_anadoc%2Ceditor\\_s&searchText=PLAN+PROMOCI](https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/opac3/sbusqueda.php?cc=4&searchType=titl_a%2Ctitl_m%2Ctitl_c%2Ctitl_s%2Caut_p_a%2Caut_i_a%2Caut_p_m%2Caut_i_m%2Caut_p_c%2Caut_i_c%2Cresumen_anadoc%2Cdesc_ppales_anadoc%2Cdesc_post_anadoc%2Ceditor_s&searchText=PLAN+PROMOCI)

- Asamblea Legislativa de El Salvador . (1993). *Ley de Propiedad Intelectual*. Publicado en el Diario Oficial No. 150. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/decretos/details/299>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1970). *Código de Comercio*. Publicado en el Diario Oficial No. 120. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/decretos/details/1397>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (2000). *Ley de la Superintendencia de Obligaciones Mercantiles*. Publicado en el Diario Oficial No. 40. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/decretos/details/337>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (2004). *Ley de Competencia*. San Salvador: Publicado en el Diario Oficial No. 528. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/decretos/details/312>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1973). *Ley de Registro de Comercio*. Publicado en el Diario Oficial No. 642. Obtenido de <https://tramites.gob.sv/media/LEY%20DEL%20REGISTRO%20DE%20COMERCIO%2009.pdf>
- Bravo, J. (1991). Motivacion y personalidad Abraham H. Maslow. Madrid, España: Diaz de Santos, S.A. Obtenido de [https://www.academia.edu/32494497/MOTIVACION\\_Y\\_PERSONALIDAD\\_ABRAHAM\\_MASLOW](https://www.academia.edu/32494497/MOTIVACION_Y_PERSONALIDAD_ABRAHAM_MASLOW)
- Comision Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). (2015). *Plan estrategico CONAMYPE*. San Salvador. San Salvador: Unidad de Comunicaciones CONAMYPE. Obtenido de <https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2010/10/Plan-Estrat%C3%A9gico-de-CONAMYPE-2015-2019.pdf>
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). (07 de Mayo de 2020). *Portal de Transparencia*. Obtenido de <https://www.conamype.gob.sv/temas-2/ley-mype/>
- Comision Nacional de Micro y pequeña Empresa (CONAMYPE). (Mayo, 2014). *Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y pequeña Empresa* (1era ed.). San Salvador, El Salvador. Obtenido de <https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2013/04/Ley-MYPE-web.pdf>

- CONAMYPE. (2014). *Política Nacional de Emprendimiento El Salvador*. San Salvador. Obtenido de <https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2014/08/Poli%CC%81tica-de-Emprendimiento.pdf>
- Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN). (2014). *El Emprendimiento en El Salvador*. La Libertad, El Salvador. Obtenido de [https://www.esen.edu.sv/gem/files/resultados/GEM\\_EL\\_SALVADOR\\_2014\\_2015.pdf](https://www.esen.edu.sv/gem/files/resultados/GEM_EL_SALVADOR_2014_2015.pdf)
- Hernandez, R. (20 de diciembre de 2018). *Portal de transparencia*. Obtenido de Conamype blog: <http://www.conamype.gob.sv/blog/2018/12/20/mas-de-300-mil-micro-pequeñas-empresas-y-emprendimietos-registra-ultima-encuesta-de-la-mype/>
- Institute of Managment Consultants. (1974). *Guide to membership*. Londres. Obtenido de <http://cmc-register.com/download/?id=17778336>
- Maciariello, J. (23 de enero de 2006). *Drucker para todos los dias: 360 dias de reflexion clave para acertar en sus negocios*. Norma. Obtenido de la teoria del negocio: <http://www.destrezascomerciales.blogspot.com>
- Myforms*. (s.f.). Obtenido de forms.app: <https://forms.app/myforms>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2014). *Promoción de Futuros Emprendedores*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_185343.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_185343.pdf)
- Raffino, M. E. (9 de febrero de 2019). *Concepto.de*. Recuperado el 28 de abril de 2020, de <https://www.concepto.de/microempresa/>.
- Recinos, I. E. (SEPTIEMBRE de 2011). *“El apoyo del estado a las micro y pequeñas empresas”*. Tesis, Universidad de El Salvador, El Salvador. Obtenido de [http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/1017/1/El\\_Apoyo\\_del\\_Estado\\_a\\_las\\_MYPES\\_de\\_E.\\_S..pdf](http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/1017/1/El_Apoyo_del_Estado_a_las_MYPES_de_E._S..pdf)

## ANEXOS

### ANEXO 1. Mapa de localización del municipio de San Miguel, El Salvador.



## ANEXO 2. Obtención de datos para la muestra

### Ubicación de las MYPE por departamento según segmento de la empresa 2017

DEPARTAMENTO	EMPREDIMIENTO		MICROEMPRESA		PEQUEÑA EMPRESA		TOTAL GENERAL	
	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE	TOTAL	PORCENTAJE
Ahuachapán	10,239	9.5	12,851	6.7	424	2.5	23,514	7.4
Santa Ana	8,569	7.9	10,814	5.6	1,498	8.9	20,881	6.6
Sonsonate	8,895	8.3	22,287	11.5	1,856	11.0	33,038	10.4
Chalatenango	4,332	4.0	5,072	2.6	242	1.4	9,646	3.0
La Libertad	14,280	13.2	25,261	13.1	1,337	7.9	40,878	12.9
San Salvador	32,774	30.4	57,125	29.6	6,958	41.1	96,857	30.5
Cuscatlán	2,907	2.7	6,482	3.4	280	1.7	9,669	3.0
La Paz	4,094	3.8	6,147	2	155	0.9	10,396	3.3
Cabañas	1,334	1.2	5,491	2.8	368	2.2	7,193	2.3
San Vicente	3,191	3.0	3,965	2.1	66	0.4	7,222	2.3
Usulután	6,304	5.8	12,249	6.3	1,329	7.9	19,882	6.3
<b>San Miguel</b>	<b>1,454</b>	<b>1.3</b>	<b>5,389</b>	<b>2.8</b>	<b>746</b>	<b>4.4</b>	<b>7,589</b>	<b>2.4</b>
Morazán	4,656	4.3	6,209	3.2	396	2.3	11,261	3.5
La Unión	4,766	4.4	13,742	7.1	1,261	7.5	19,769	6.2
<b>TOTAL</b>	<b>107,795</b>	<b>100.0%</b>	<b>193,084</b>	<b>100.0%</b>	<b>16,916</b>	<b>100.0%</b>	<b>317,795</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Elaboración con base en datos de encuesta Dinámica de las Micro y Pequeñas Empresas 2017. DIGESTYC.

### ANEXO 3. Encuesta



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL.  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS.  
SECCIÓN DE MERCADEO INTERNACIONAL.**

**ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS.**

**OBJETIVO:** Recolectar información sobre las expectativas y la importancia que tiene el marketing, para los propietarios de empresas.

**INDICACION:** Con el fin de conocer si es factible la creación de una empresa de consultorías en marketing solicitamos que lea detenidamente cada pregunta y marque con una (X) la alternativa que considere conveniente.

**A. INFORMACION GENERAL**

**Nombre de la empresa:** \_\_\_\_\_

**Rubro:** \_\_\_\_\_

**Tipo de empresa:** Emprendimiento \_\_\_\_ Microempresa \_\_\_\_ Pequeña empresa \_\_\_\_

**B. INFORMACION ESPECIFICA**

1. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa de operar en el mercado?

a) 1-3 años \_\_\_\_      b) 4-5 años \_\_\_\_      c) 6- a más años \_\_\_\_

2. Sabía usted que toda empresa independientemente de su tamaño esta relacionada con actividades administrativas como: las relaciones entre los empleados; actividades de marketing como: ventas, publicidad y promocion, estudio de mercado; actividades comerciales como: compras y comercializacion de los productos:

a) Si \_\_\_\_      b) No \_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de problemas tiene su empresa?

a) Administrativos \_\_\_\_      b) Marketing \_\_\_\_      c) Comerciales \_\_\_\_      d) Otros \_\_\_\_

4. ¿Conoce algún servicio de consultoría de Marketing?
  - a) Si \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
  
5. ¿Usted ha solicitado alguna vez este tipo de servicio?
  - a) Si \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
  - c) ¿Por que? \_\_\_\_\_
  
6. ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en el fortalecimiento de la empresa?
  - a) \$100 a \$500 \_\_\_\_\_
  - b) \$1,000 \_\_\_\_\_
  - c) más de \$1,000 \_\_\_\_\_
  
7. ¿En qué aspectos invertiría para el fortalecimiento de su empresa?
  - ✓ Gestión Administrativa
    - a) Trabajo en Equipo y Solución de Conflictos \_\_\_\_\_
    - b) Realización de los procesos de gestion \_\_\_\_\_
    - c) Relaciones publicas \_\_\_\_\_
  - ✓ Gestión financiera
    - a) Análisis e interpretación de los estados financieros. \_\_\_\_\_
    - b) Administración de financiamiento a corto y largo plazo. \_\_\_\_\_
    - c) Salvaguardia de los activos \_\_\_\_\_
  - ✓ Departamento De marketing
    - a) Ventas \_\_\_\_\_
    - b) Publicidad y Promocion \_\_\_\_\_
    - c) Estudio de mercado \_\_\_\_\_
  
8. ¿Estaría dispuesto a invertir en asesoramiento de Marketing?
  - a) Si \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
  
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una asesoria de marketing?
  - a) Hasta \$150 \_\_\_\_\_
  - b) \$150 - \$200 \_\_\_\_\_
  - c) \$200 - \$300 \_\_\_\_\_
  
10. ¿Qué le brindaría mayor seguridad en la contratación de un asesoramiento de marketing?
  - a) Entrega de perfiles de los consultores \_\_\_\_\_
  - b) información legal de la empresa \_\_\_\_\_

## ANEXO 4. Encuesta en línea.

Sección 1 de 3

### IMPORTANCIA DEL MARKETING EN EMPRESAS

Descripción del formulario



MARKETING

Close and menu icons

#### OBJETIVO

Recolectar información sobre las expectativas y la importancia que tiene el marketing, para los propietarios de empresas.

#### INDICACIONES

Con el fin de conocer si es factible la creación de una empresa de consultorías en marketing solicitamos que lea detenidamente cada pregunta y marque con una (X) la alternativa que considere conveniente.

#### A. INFORMACION GENERAL

Nombre de la empresa: \*

Texto de respuesta breve

Rubro de la empresa: \*

Texto de respuesta breve

Tipo de empresa: \*

- Empredimiento
- Microempresa
- Pequeña empresa

## B. INFORMACION ESPECIFICA



Description (optional)

1. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa de operar en el mercado? \*

- 1-3 años
- 4-5 años
- 6- a más años

2. Sabía usted que toda empresa independientemente de su tamaño esta relacionada con actividades administrativas como: las relaciones entre los empleados; actividades de marketing como: ventas, publicidad y promocion; estudio de mercado; actividades comerciales como: compras y comercializacion de los productos: \*

- Si
- No

3. ¿Qué tipo de problemas tiene su empresa? \*

- a) Administrativos
- b) Marketing
- c) Comerciales
- d) Otros

4. ¿Conoce algún servicio de consultoria de Marketing? \*

- Sí
- No



5. ¿Usted ha solicitado alguna vez este tipo de servicio? \*

- Sí
- No

6. ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en el fortalecimiento de la empresa? \*

- a) Menos de \$500
- b) \$1,000
- c) más de \$1,000

Título de imagen



7. ¿En qué aspectos invertiría para el fortalecimiento de su empresa?

Gestión Administrativa

- a) Trabajo en Equipo y Solución de Conflictos
- b) Realización de los procesos de gestion
- c) Relaciones publicas

Departamento De marketing \*

- a) Ventas
- b) Publicidad y Promocion
- c) Estudio de mercado

Gestión financiera

- a) Análisis e interpretación de los estados financieros
- b) Administración de financiamiento a corto y largo plazo
- c) Salvaguardia de los activos

8. ¿Estaría dispuesto a invertir en asesoramiento de Marketing? \*

- Sí
- No

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una asesoría de marketing?

- a) Hasta \$150
- b) \$150 - \$200
- c) \$200 - \$300



10. ¿Qué le brindaría mayor seguridad en la contratación de un asesoramiento de marketing? \*

- a) Entrega de perfiles de los consultores
- b) información legal de la empresa

Título de imagen







## ANEXO 6. Listado de empresas encuestadas.

No.	Nombre de la empresa:	Rubro de la empresa:	No.	Nombre de la empresa:	Rubro de la empresa:
1	Repostería casera	Pastelería	35	G2 Solutions SA de CV	Obras de Ingeniería Civil
2	Arome	Perfumerías	36	Garage Polarizados	Polarizados de vehículos
3	Joyitas y más	Joyería y accesorios	37	Lolita Jewels	Joyería
4	Sweet and Delicious	Alimentos	38	Pupuseria Maricela	Restaurante
5	La Cima Autoparts	Venta de Repuestos	39	La Repostería	Comestible
6	Imprenta López	Impresión de papelería	40	SalvaTraveler	Turismo
7	Transporte melgares cruz	Transporte colectivo	41	Andy y Los Junior Band	Musical
8	Accesorios Álvarez	Venta de accesorios	42	Sweet Kiss	Alimento
9	Clarys tours	Turismo	43	Peiskos	Artesanía
10	Varietades Molina	Accesorios para vehículos	44	Eventos inolvidables by Adelio Castro	eventos
11	Exclusividades Moya	Ropa de marca y tenis	45	Johfany	Alimentos y bebidas
12	Melgares Cruz	Transporte Publico	46	Ortega's Sub's & Cakes	Alimentos
13	Star Wash	Car wash y venta de repuestos para motocicletas	47	Rodmon Boutique	Comercio
14	Sports store	Comercial	48	Olimpo car wash	Mantenimiento y lavado de vehículo
15	Normini	Venta de ropa	49	Carwash Josué	Lavado de vehículo
16	El pana	Restaurante	50	Tienda Lorena	Tienda
17	Transportes Juárez	Transporte	51	Art & Design	Arte
18	Modas Carolina	Confección de ropa para dama	52	Dreaming	Ropa y accesorios
19	Mendoza flooring	Instalación de pisos	53	Jugos y licuados Mayra	Restaurante
20	The Fashion	Venta de ropa	54	Ohlalá.SV	Venta de accesorios
21	American Billar Car Wash	Servicios	55	ACODEZO de R.L	Financiera
22	Taller Montoya	Económico	56	Inther Cosmetic	Salud y belleza
23	Rt automotores	Importación y venta de vehículos	57	Transporte "Benítez"	Servicio
24	Oh la la boutique	Venta de ropa	58	Almacén Marielita	Electrodomésticos
25	Importaciones Cantú	Venta de productos plásticos	59	Taller bendición de Dios	Taller automotriz
26	Padecomsm Crédito	Servicios	60	Grupo Rodríguez S.A De C.V	Comercio
27	Pupuseria olivos	Comercio	61	Venushop	Indumentaria Urbana
28	Distribuidora de granos básicos	Comercialización de productos	62	Urbano express	Logística en mercadería
29	Magic style	belleza y cuidado personal	63	Green Spa El Salvador	Salud estética
30	Andrea's Hot Dog	Venta de comida rápida	64	Radio Cristiana Shaddai 95.7	Comunicación
31	Pizza artesanal	Comida domicilio	65	Brene's import	Importación de vehículos usados
32	Oficina Montes Vargas	Servicios Jurídicos	66	Librería Cristiana Montiel	Librería religiosa
33	La kmiz	Publicidad	67	DIPARVEL San Miguel	Taller automotriz
34	Mueblería Salgado	Muebles y electrodomésticos	68	Comercial Fuentes	Venta de electrodomésticos

## ANEXO N° 7. Certificado del cheque



## ANEXO N° 8. Solvencia Municipal

	<p>Alcaldía Municipal de San Miguel Departamento de San Miguel, El Salvador, C.A. Tel: 2661-0084 PBX: 2661-0085</p>	
N° 2		
Solvencia municipal validada por treinta días		
Para: La formación de una Sociedad Anónima de Capital Variable		
Esta alcaldía hace constar que: Madelyn Larissa Ramos Velasquez, con número de DUI 05371003-6 ; esta solvente de pagos de impuestos y tasas con esta municipalidad.		
Pagado con recibo N° 0009676		
Código: 1990010002		
Fecha de emisión: 12 Enero de 2021		
<hr/> <b>Miguel Pereira</b> Alcalde Municipal		



N° CATORCE.

LIBRO: CINCO.

*Testimonio  
de la  
Escritura Pública de Constitución  
de  
Sociedad Anónima de Capital Variable*

OTORGADA POR:  
SEÑORES: SOCIO I Y SOCIO II

A FAVOR DE:  
ELLOS MISMOS

EN LOS OFICIOS DE:  
ABOGADO Y NOTARIO

DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR - EL SALVADOR -CENTROAMERICA

**ANEXO N°10. Recibo de inscripción de escritura.**

CNR Centro Nacional de Registros			CENTRO NACIONAL DE REGISTROS	
1) DIA 12	2) MES 01	3) AÑO 2021	COMPROBANTE DE PAGO No. 1 111	
4) SOLICITANTE LCV Consultores Marketing		5) CUENTA No.		
6) ACTO O CONTRATO INSCRIPCIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD		7) DERECHOS US\$ 11.40 \$ US\$ 11.40		
8) TOTAL A PAGAR EN LETRAS ONCE 40/100 DOLARES		9) UBICACIÓN DEL INMUEBLE O SERVICIO		
		San José	La Paz	
		Abascochán	San Vicente	
		Somonte	Usulután	
		La Libertad	Cabañas	
		Cuscatlán	San Miguel	
		Chalatenango	Morazán	
		San Salvador	La Unión	

ESPACIO PARA CERTIFICACION DE BANCO

**BANCO CENTRAL  
PAGADO**

FECHA DEL DEPOSITANTE: \_\_\_\_\_ PARA COLECCION ORIGINAL-CLIENTE

**ANEXO N°11. Solicitud de registro de nombre, marca y patente**



**MODELO DE SOLICITUD PARA REGISTRAR NOMBRES COMERCIALES  
(PERSONA NATURAL)**

**Viñeta**

**SEÑOR REGISTRADOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL:**  
Yo \_\_\_\_\_ mayor de edad con profesión u oficio \_\_\_\_\_ del domicilio \_\_\_\_\_ de nacionalidad \_\_\_\_\_ a usted atentamente **EXPONGO:**

*De acuerdo con el Artículo 3 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que en adelante llamaré Ley de Marcas, vengo a iniciar diligencias a fin de que se registre a mi nombre y como de mi exclusiva propiedad, el NOMBRE COMERCIAL consistente en \_\_\_\_\_*

*Servirá para identificar (Empresa o Establecimiento) (Comercial, Industrial o de Servicio), dedicado a (detallar actividad económica) \_\_\_\_\_, ubicado en (dirección completa) \_\_\_\_\_*

*Me reservo el derecho de usar dicho nombre comercial tal como aparece en los facsimiles presentados.*

*Por lo anterior a USTED de la manera más atenta PIDO: Me admita la presente solicitud. Se me tenga por parte en el carácter en que comparezco. Le dé a la misma el trámite de ley correspondiente.*

*ANEXO a la presente: 15 Facsimiles.*


*Dirección para oír notificaciones: \_\_\_\_\_ y autorizo a \_\_\_\_\_ para que pueda retirar cualquier notificación.*

San Salvador \_\_\_\_\_  
(letras)

F \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_  
Firma del Solicitante Firma y Sello de Abogado Director

- Si el Nombre Comercial estuviere constituida por algún elemento denominativo y este tuviese significado en un idioma distinto del castellano, se deberá incluir una simple traducción.
- Si la persona interesada no se presenta personalmente la firma deberá ser autenticada por un notario

ANEXO N°12. Formulario F-10

 REPUBLICA DE EL SALVADOR MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS		<b>REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)</b>										F-210 v3 NUMERO DE FOLIO											
										10	564750	5											
01 NIT										02 NRC													
TRAMITE										SECCION A MODIFICAR													
REGISTRO	INSCRIPCION	REPOSICION	MODIFICACION	TERMINO	RESTITUCION	A	B	C	D	E	F	G	H	I									
NIT	03	6 05	1 07	4 09	8	13	14	21	15	16	17	18	19	20									
NRC	04	0 06	7 08	2 11	3 12																		
<b>A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE PERSONA NATURAL</b>																							
<b>PERSONA JURIDICA ( COMPLETAR UNICAMENTE SI ES PERSONA JURIDICA )</b>																							
22	PRIMER APELLIDO							7	22	DENOMINACION O RAZON SOCIAL						7							
23	SEGUNDO APELLIDO O DE CASADA							6	84	ABREVIATURA DE LA SOCIEDAD						5							
24	NOMBRES							5	27	NOMBRE COMERCIAL						2							
27	NOMBRE COMERCIAL DEL NEGOCIO							2	33	CAPITAL O PATRIMONIO (SOLO PERSONA JURIDICA)\$					2	DOMICILIADA		34	6				
29	PROFESION U OFICIO							4	25	IMPORTADOR		6											
<b>B. DATOS SEGUN DOCUMENTO DE IDENTIDAD</b>																							
<b>PERSONA NATURAL</b>																							
<b>PERSONA JURIDICA</b>																							
31	FECHA DE NACIMIENTO	DIA	MES	AÑO	6	32	No. DUI/ PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)				4	31	FECHA DE CONSTITUCION	DIA	MES	AÑO	6	32	No. ESCRITURA O DOCUMENTO DE CONSTITUCION				4
35	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION				1	38	MUNICIPIO DE NACIMIENTO				5	38	MUNICIPIO DE CONSTITUCION				5						
37	DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO				2	38	PAIS DE NACIMIENTO				5	37	DEPARTAMENTO DE CONSTITUCION				2	39	PAIS DE CONSTITUCION				3
<b>C. DIRECCION PARA RECIBIR NOTIFICACION</b>																							
41	CALLE / AVENIDA				4	42	NUMERO		0	43	APTO./LOCAL		9	44	COMPLEMENTO				3				
45	COLONIA / BARRIO				8	46	CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)				1												
47	DEPARTAMENTO				2	48	MUNICIPIO				9	49	TELÉFONO		7	50	FAX		9				
<b>D. DIRECCION DE CASA MATRIZ</b>																							
52	CALLE/AVENIDA				4	53	NUMERO		0	54	APTO./LOCAL		9	55	COMPLEMENTO				5				
56	COLONIA / BARRIO				2	57	CORREO ELECTRONICO (E-MAIL)				1												
58	DEPARTAMENTO				5	59	MUNICIPIO				7	60	TELÉFONO		3	61	FAX		7				
<b>E. ACTIVIDAD ECONOMICA DEL CONTRIBUYENTE (CONSULTAR LISTADO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS)</b>																							
<b>CODIGO DGII</b>																							
63	PRIMARIA										4	64					3						
65	SECUNDARIA										9	66					5						
67	TERCIARIA										3	68					9						
<b>F. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</b>																							
69	CALIDAD EN QUE ACTUA				REPRESENTANTE LEGAL		<input type="checkbox"/>		APODERADO		<input type="checkbox"/>		2	70	NIT				1				
71	APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)														7								
72	No. ESCRITURA DE CONSTITUCION				No. CREDENCIAL				No. PODER				No. ACUERDO				3						
73	No. DUI/ PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)														5								
74	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION														8								
<b>G. IDENTIFICACION DEL APODERADO</b>																							
76	NIT														1								
77	APELLIDO(S) Y NOMBRE(S)														5								
78	No. DOCUMENTO QUE LO ACREDITA (No. DE PODER)														3								
79	No. DUI / PASAPORTE (SOLO EXTRANJEROS)														9								
80	TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION														8								
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN EL PRESENTE INFORME SON EXPRESION FIEL DE LA VERDAD, POR LO QUE ASUMO LAS RESPONSABILIDADES CORRESPONDIENTES.																							
FIRMA Y SELLO DEL RECEPTOR AUTORIZADO																							
NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO																							
OFICINA RECEPTORA 82 CODIGO DGII 2 FECHA DE RECEPCION 83 DIA MES AÑO 4																							

La dirección para recibir notificaciones para efectos tributarios será el indicado en este formulario conforme el Art. 90 del Código Tributario.

FORMULARIOS STANDARD, S.A. DE C.V. 37 AV. NTE. No. 114, SAN SALVADOR. P.BX. 2050-7822 FAX: 2260-6868

ANEXO N°13. Solvencia de La Dirección General de estadísticas y censo



República de El Salvador  
 MINISTERIO DE ECONOMÍA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS



REGISTRO EMPRESA ACTIVA

Datos para el año 2010

Industria(01), Ingenios(07), Beneficios(08), Comercio(02), Construcción(05), Transporte(06) y Servicios(03)

IMPORTANTE

**Secreto de la Información**  
 Según lo establece la Ley del Servicio Estadístico Nacional en su Artículo 18: "Los datos que recopile la Dirección General de Estadística y Censos son absolutamente reservados y solo se publicarán los resúmenes numéricos que distingan problemas de orden económico".

**Obligatoriedad**  
 Con base a lo dispuesto en el Art. 14 de la Ley del Servicio Estadístico Nacional, las organizaciones autónomas y extranjeras que operen en el país, están obligadas a suministrar a la Dirección General de Estadística y Censos los datos que requiera el servicio estadístico nacional, y

**Sanciones**  
 La Ley del Servicio Estadístico Nacional, en su Artículo 19, establece que las personas físicas o jurídicas, de oficinas, organismos, asociaciones, o personas naturales por la primera vez; de Oficio a Quiénes por la segunda vez, se les aplicará una multa de diez a cien veces el monto de la obligación de suministrar los datos que requiera el servicio estadístico nacional. En igual pena incurrirán cuando la información que suministren a la Dirección General de Estadística y Censos fuere notoriamente falsa.

El Código de Comercio en su Artículo 449 Establece lo siguiente: "La negativa a facilitar el acceso a la contabilidad a cualquier autoridad administrativa que, conforme a este Código o otras leyes, tenga derecho a exigirlo, será penada con la suspensión de la matrícula de comercio, hasta que la inspección se verifique. Para este efecto, la autoridad a quien le fue negada la presentación de la contabilidad, deberá inmediatamente avisar al Registrador de Comercio para que decrete la suspensión, previa audiencia al interesado."

**PARA USO DE OFICINA**

RUE	CIU Rev. 4	Tipo Formulario	Legajo	Región	Depto.
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Tipo de organización			Corr / Legajo	Municipio	Cantón
		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

**SECCION I: CARACTERISTICAS GENERALES**

Nombre comercial \_\_\_\_\_

Razón Social/Propietario \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

N.I.T.

LV.A.

Num. Telefónico \_\_\_\_\_

Num. Fax. \_\_\_\_\_

Año que inicio operaciones \_\_\_\_\_ Si es reapertura, detalle la fecha de reapertura \_\_\_\_\_

Actividad Económica Principal: \_\_\_\_\_

Actividad Económica Secundaria: \_\_\_\_\_

Dirección del Contador: .....Teléf:.....

Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

SITIO WEB: [www.digestyc.gob.sv](http://www.digestyc.gob.sv) LINK: Nuevas Boletas para emisión de Solvencias (puede descargar formularios e instructivo de llenado)

Tipo de organización: 1.Persona natural; 2. Persona jurídica; 3. ONG's; 4. Cooperativa; 5. Otros:

ANEXO N°14. Solicitud de matrícula de la empresa

**CNR**  
Centro Nacional de Registros

**REPUBLICA DE EL SALVADOR**  
**CENTRO NACIONAL DE REGISTROS**  
**REGISTRO DE COMERCIO**

211 LIBRO 211 PAGINA 411  
C. 000000

MATRICULA DE EMPRESA No 2009001001

DEPARTAMENTO DE MATRICULAS DE EMPRESA DEL REGISTRO DE COMERCIO. San Salvador, a las catorce horas y cincuenta y ocho minutos del día veintidos de diciembre de dos mil nueve .

Habiendo cumplido con los requisitos establecidos por el Artículo 10 del Reglamento de la Ley del Registro de Comercio y los Artículos 411, 412 al 417 del Código de Comercio, y artículo 11 literal c y 13 numeral 1° de la Ley del Registro de Comercio, y pagado el derecho registral correspondiente al año de 2009 según lo establecido en el artículo 63 de la Ley del Registro de Comercio. INSCRIBASE a nombre de

[REDACTED] que puede abreviarse

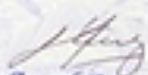
[REDACTED] la empresa DE SERVICIO, denominada


[REDACTED] ubicada en,

[REDACTED] que se dedica a

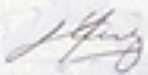
SERVICIOS DE ASESORIA, CONSULTORIA, CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN, PLANIFICACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA, LEGAL, ADMINISTRATIVA Y TECNOLÓGICA cuyo activo asciende a ONCE MIL CUATROCIENTOS VEINTIOCHO 57/100 DOLARES (\$ 11,428.57).


Extiendase la constancia de conformidad a los artículos 416 y 418 del Código de Comercio.

  
José Ángel Arriaza Portillo  
REGISTRADOR



INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO AL NUMERO 211 DEL LIBRO 211 DE ASIENTOS DE MATRICULA DE EMPRESA DEL FOLIO 411 AL FOLIO 412 FECHA DE INSCRIPCIÓN: San Salvador, veintidos de diciembre de dos mil nueve .

  
JOSE ANGEL AMAYA.  
REGISTRADOR



## ANEXO N°15. Matricula de la empresa



### CENTRO NACIONAL DE REGISTROS REGISTRO DE COMERCIO SOLICITUD DE RENOVACIÓN DE MATRICULA DE EMPRESA Y ESTABLECIMIENTO (S) DE PERSONA JURIDICA

Sr. Director de Registro de Comercio:

Yo, \_\_\_\_\_; actuando en mi calidad de

Representante Legal de la Sociedad denominada \_\_\_\_\_

Que se puede abreviar \_\_\_\_\_

del domicilio de \_\_\_\_\_ (Según Escritura Pública)

La cual fue constituida por Escritura Pública otorgada en la ciudad de \_\_\_\_\_, a las \_\_\_\_\_ horas y \_\_\_\_\_

minutos del día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, ante los oficios del Notario \_\_\_\_\_,

inscrita en el Registro de Comercio bajo el Número \_\_\_\_\_ del Libro \_\_\_\_\_ del Registro de Sociedades, con fecha

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_. Pacto Social que ha sido Modificado por Escritura Pública otorgada en la ciudad de

\_\_\_\_\_, a las \_\_\_\_\_ horas y \_\_\_\_\_ minutos del día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, ante los oficios del

Notario \_\_\_\_\_, inscrita en el Registro de Comercio bajo el Número \_\_\_\_\_ del Libro \_\_\_\_\_

del Registro de Sociedades, con fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_. (Relacionar las Modificaciones pertinentes, en su caso).

Con Credencial Inscrita en el Registro de Comercio bajo el Número \_\_\_\_\_ del Libro \_\_\_\_\_ del Registro de Sociedades, con

fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, vigente hasta el día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_. (Si la Credencial no se encuentra

vigente, relacionar los datos de inscripción y fecha de la misma de la última credencial inscrita y relacionar que de conformidad

con el Art. 265 del Código de Comercio el Representante Legal continúa en el ejercicio del cargo).

Con NIT \_\_\_\_\_ y Registro de I.V.A. Número \_\_\_\_\_; con Giro o Actividad

Económica \_\_\_\_\_. (De conformidad al Registro de I.V.A.)

Por este medio vengo a solicitar Renovación de Registro de Matricula de Empresa y Establecimiento para el año: \_\_\_\_\_,

a favor de mi representada, con Número de Asiento de Matricula \_\_\_\_\_; y que tiene su Balance General del periodo

al \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_, inscrito al número \_\_\_\_\_, del Libro \_\_\_\_\_ de Balances, de fecha

\_\_\_\_\_, con un monto del Activo (en Letras) \_\_\_\_\_

COLONES, equivalentes a \_\_\_\_\_ DOLARES.

Para lo cual proporciono los siguientes DATOS:

1 Nombre de la Empresa \_\_\_\_\_

2 Dirección de la Empresa: \_\_\_\_\_

3 Naturaleza: \_\_\_\_\_

4 Actividad Económica que realiza: \_\_\_\_\_

(Conforme al Registro de I.V.A.)

Nombre (s) y Dirección (es) de los establecimiento (s):

1 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ fecha de Apertura \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ fecha de Apertura \_\_\_\_\_

**(si fueren más de Dos presentar anexo con el mismo formato de los establecimientos).**

Además VENGO a Reportar el siguiente cambio ó Modificación al Asiento relacionado de fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_,

publicados sus carteles en el Diario Oficial de fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del Tomo \_\_\_\_\_ y en el Periódico \_\_\_\_\_,

de fecha \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_, de la siguiente manera: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (indicar en que consiste la modificación ó cambio).

Presento Constancia de Estadística y Censos, Solvencia de la Alcaldía Municipal y Recibos de pago de los Derechos Registrales

para el año \_\_\_\_\_.

Señalo para oír Notificaciones la siguiente dirección \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ Correo Electrónico \_\_\_\_\_

Y comisiono al Sr.(a) \_\_\_\_\_ para retirar certificación, constancia y

(según DUI)

notificaciones en mi nombre.

(autenticada sino la presenta el firmante) F. \_\_\_\_\_

Representante legal

**ANEXO N°16. Inscripción de credencial del representante legal y junta directiva**

LIBRO PAGINA

LA INFRASCrita SECRETARIA DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD LA EMPRESA, SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE QUE SE ABREVIa LA EMPRESA, S.A. DE C.V., inscrita en el Registro de Comercio al Número VEINTICUATRO del Libro DOS MIL \ del Registro de Sociedades, CERTIFICA:

Que según consta en el Libro de Juntas Generales de Accionistas de la Sociedad, se encuentra asentada el acta número 4 correspondiente a la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el día diecisiete de diciembre de dos mil nueve, en la cual de conformidad con la cláusula XVI del pacto social, se nombró la nueva administración de la sociedad, la cual será confiada a una Junta Directiva, la que quedará compuesta de la siguiente manera:

**REPRESENTANTE LEGAL Y DIRECTOR PRESIDENTE:**

[REDACTED]

Licenciado en Administración de Empresas

**DIRECTOR SECRETARIO:**

[REDACTED]

Ingeniero Industrial

**PRIMER DIRECTOR SUPLENTE:**

[REDACTED]

Licenciado en Administración de Empresas

**SEGUNDO DIRECTOR SUPLENTE:**

[REDACTED]

Licenciada en Comunicaciones

Todos mayores de edad, de nacionalidad salvadoreña y de este domicilio.

La Junta Directiva nombrada durará en sus funciones un período de CINCO AÑOS contados a partir de la fecha de la inscripción de la respectiva credencial en el Registro de Comercio.

**Y PARA SER PRESENTADA AL REGISTRO DE COMERCIO, EXTIENDO LA PRESENTE, EN LA CIUDAD DE SAN SALVADOR, A LOS DIECISIETE DÍAS DEL MES DE DICIEMBRE DE DOS MIL I**


[REDACTED]  
SECRETARIA DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA







ANEXO N°21. Formulario de inscripción de la empresa en el ministerio de trabajo

	<p><b>DIRECCIÓN GENERAL DE INSPECCIÓN DE TRABAJO</b>  <b>INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS</b>  <b>FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE PERSONA JURÍDICA</b></p>	<p>MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL</p> <p>GOBIERNO DE <b>EL SALVADOR</b> UNÁMONOS PARA CRECER</p>
		RG-VL-DI-DIC-16
<p><b>Señor</b>  <b>Director General de Inspección de Trabajo</b>  <b>Ministerio de Trabajo y Previsión Social</b>  <b>Presente</b></p>		
<p><b>(INFORMACIÓN PERSONAL DE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO)</b></p>		
<p>Yo, _____, con Documento de Identidad _____ y NIT _____ en mi calidad de _____, de la Sociedad denominada _____, que se puede abreviar _____ del domicilio de _____ la cuál fue constituida por Escritura Pública otorgada en la Ciudad de _____ a las _____ horas y _____ minutos del día _____ del mes de _____ del año _____ con giro o actividad económica principal.</p>		
<p><b>(INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD)</b></p>		
<p>Inscrita bajo el Número _____ de Folios _____ al _____ del Libro Número _____ del Registro de Sociedades, con fecha de Inscripción _____; y con Credencial de Representante Legal inscrita bajo el Número _____ del Libro _____ del Registro de Sociedades de Folios _____ al _____ y con fecha de inscripción _____ (En caso de no agregar Credencial, indicar número de cláusula en donde se designe al representante legal o administrador único) _____ NIT de la empresa _____ correo Electrónico _____          Nombre del Representante Legal: _____</p>		
<p><b>Por este medio vengo a solicitarle a favor de mi representada por PRIMERA VEZ la inscripción del centro de trabajo en el Registro de Establecimientos, que para el efecto lleva la Dirección General de Inspección de Trabajo para dar cumplimiento a lo que establece el Art. 55 de la Ley de Organización y Funciones del Sector Trabajo y Previsión Social y para ello proporciono la siguiente información:</b></p>		
<p><b>(OTROS DATOS DE LA SOCIEDAD)</b></p>		
<p>Dirección del Centro de Trabajo: _____</p>		
<p>Teléfono: _____</p>		
<p>(Si posee establecimientos o sucursales adjuntar en documento aparte direcciones, teléfonos, correos electrónicos y responsables de cada establecimiento, en este caso anotar en este espacio la dirección de la casa matriz)</p>		
<p>Si posee Trabajadores(as) a domicilio adjuntar un libro autorizado por la Dependencia correspondiente de la Dirección General de Inspección de Trabajo, que deberá contener la siguiente información :</p>		
<p>1°) El nombre y apellido de sus trabajadores(as) y la dirección del lugar donde viven.          2°) La cantidad y naturaleza de la obra u obras encomendadas.          3°) La cantidad, calidad y precio de las materia primas que suministra.          4°) La fecha de entrega de materia prima a cada trabajador(a) y la fecha en que éstos(as) deben devolver los respectivos artículos ya elaborados; y          5°) El monto del salario. <b>(Art. 72 del Código de Trabajo)</b></p>		
<p>Según Balance al: _____          Presentado al Número _____ con un activo de _____ (letras y números) _____</p>		
<p><b>(INFORMACIÓN INDISPENSABLE)</b></p>		
<p>La designación de la persona que representará al Titular de la Empresa y establecimiento _____ <b>(Esta persona deberá ser diferente al Representante Legal de la Persona Jurídica; ser persona nacional y adjuntar fotocopia de Documento Único de Identidad).</b></p>		
<p>San Salvador, a los _____ días del mes de _____ de _____</p>		
<p>f. _____</p>	<p>Sello</p>	