

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**TESINA PARA OBTAR EL GRADO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

**Influencia en las utilidades de la pyme “Artesanías
Mayeve” al impartir lecciones de las técnicas
usadas en el salón comunal, San José, La Uruca,
durante el segundo cuatrimestre 2017**

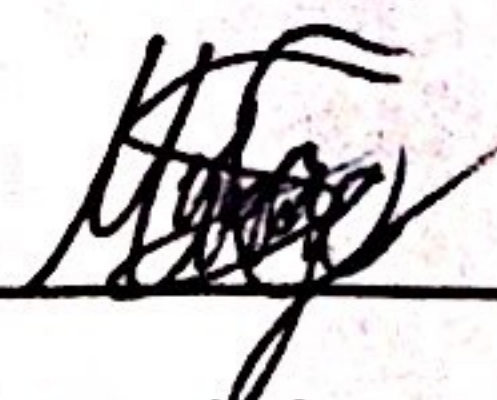
Sustentante: Jennifer Meryan Solano Ugarte

Tutor: MSc. Ronald Ortiz Ramírez

Agosto, 2017

DECLARACIÓN JURADA

Yo **Meryan Solano Ugarte**, mayor de edad portador de la cedula de identidad número **116200254** egresado de la carrera de **Administración de empresas** de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de este acto y debidamente apercebido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de **bachillerato en administración**, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: **Influencia en las utilidades de la PYMES "Artesanías Mayebe" al impartir lecciones de las técnicas usadas en el salón comunal, San José, La Uruca, durante el segundo cuatrimestre del 2017** es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 3 días del mes de noviembre del año **2017**.



Firma del estudiante

Cedula 116200254

CARTA DEL TUTOR

Heredia 21 de agosto del 2017.

Universidad Hispanoamericana
Sede Heredia
Facultad de Ciencias Económicas

Estimados señores:

La estudiante Meryan Solano Ugarte, cédula de identidad número 1-1620-0254, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Influencia en las utilidades de la PYMES “Artesanías Mayebe” al impartir lecciones de las técnicas usadas, en el Salón Comunal, San José, La Uruca, durante el segundo cuatrimestre del 2017”**. El cual ha elaborado para optar por el grado académico de Bachillerato en Administración de Negocios.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,



MSc. Ronald Ortiz Ramirez
Cedula 1-591-178

11 de octubre del 2017

Universidad Hispanoamericana
Sede Heredia
Administración de Negocios

Estimado señor

La estudiante Jennifer Meryan Solano Ugarte cedula 1-1620-0254 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"INFLUENCIA EN LAS UTILIDADES DE LA PYMES "ARTESANÍAS MAYEVE" AL IMPARTIR LECCIONES DE LAS TÉCNICAS USADAS, EN EL SALÓN COMUNAL, SAN JOSÉ, LA URUCA, DURANTE EL SEGUNDO CUATRIMESTRE 2017."**, el cual han elaborado para obtener su grado de Bachillerato en Administración de Negocios.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.


Licda. Jessica Mayers Marin
Ced 9-0106-0748

CARTA DE REVISIÓN FILOLÓGICA

Los suscritos, Elena Redondo Camacho, cédula de identidad número 3 0447 0799 y Daniel González Monge, cédula de identidad número 1 1345 0416, en calidad de filólogos revisamos y corregimos el trabajo final de graduación que lleva por título *Influencia en las utilidades de la pyme "Artesanías Mayeve" al impartir lecciones de las técnicas usadas en el salón comunal, San José, La Uruca, durante el segundo cuatrimestre 2017*, elaborado por Jennifer Meryan Solano Ugarte.

Hacemos constar que se corrigieron aspectos de forma, redacción, estilo y otros vicios del lenguaje que se pudieron trasladar al texto.

Esperamos que nuestra participación satisfaga los requerimientos de la Universidad Hispanoamericana.



Elena Redondo Camacho
Céd. 3 0447 0799
Bachiller en Filología Española
Carné ACFIL 247



Daniel González Monge
Céd. 1 1345 0416
Bachiller en Filología Española
Carné ACFIL 245

ÍNDICE

ÍNDICE	i
AGRADECIMIENTO	iv
CAPÍTULO I:	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	1
1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 OBJETIVOS	3
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	3
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA.....	5
1.4.1 ALCANCES.....	5
1.4.2 LIMITACIONES	5
CAPITULO II:	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	6
2.1.1 UBICACIÓN	6
2.1.2 HISTORIA	6
2.2 CONTEXTO TEÓRICO.....	8
2.2.1. ¿QUE ES UNA PYME?.....	8
2.2.2 RENTABILIDAD	9
2.2.3 UTILIDAD.....	13
2.4 HIPÓTESIS.....	16
2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	16
2.4.2 VARIABLE DEPENDIENTE	17
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	17
CAPITULO III:.....	19
MARCO METODOLÓGICO.....	19
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	19
3.1.1 FINALIDAD	19
3.1.2 DIMENSIÓN TEMPORAL.....	20

3.1.3 MARCO	20
3.1.4 NATURALEZA	21
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN	22
3.2.1 PRIMERA MANO.....	22
3.2.2 Segunda mano	23
3.3 SELECCIÓN DE MUESTREO	24
3.3.1 LA POBLACIÓN.....	24
3.3.2 LA MUESTRA	24
3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN.....	25
3.4.1 LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA.....	25
3.4.3. INTERNET	28
3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES	28
3.5.1 INGRESOS	28
3.5.2 LECCIONES.....	29
CAPÍTULO IV:.....	31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	31
Gráfico 1	31
Edad de las personas que asistirían a clases de artesanías.	31
Gráfico 2	32
Sexo de las personas que asistirían a clases de artesanías.....	32
Gráfico 3	33
Estado civil de las personas que asistirían a clases de artesanías.....	33
Gráfico 4	35
A las personas les gustaría ir a clases.....	35
Gráfico 5	36
Cuál sería la principal motivación de las personas	36
Gráfico 6	37
Cuanto pagaría por las clases de artesanía.	37
Gráfico 7	38
Tipos de materiales que se utilizarían	38
Gráfico 8	39
Tipos de técnicas que se utilizarían.....	39
Gráfico 9	40
Horarios en los que las personas pueden asistir a clases.....	40

CAPÍTULO V:.....	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
5.1 CONCLUSIONES	47
5.2 RECOMENDACIONES	48
BIBLIOGRAFÍA	50
GLOSARIO	53
ANEXOS	54
Pymes Banca Kristal	54

AGRADECIMIENTO

A Dios, a mi familia, primordialmente a mis padres Federico Solano e Iraima Ugarte por ayudarme con mis estudios y apoyarme para sacar una carrera, mi hermano Frederick Solano por el apoyo, mis amigos más allegados y mis profesores que me han ayudado y guiado durante los últimos tres años de carrera.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Los antecedentes de la presente investigación toman en cuenta información que se obtuvo de tesis previamente realizadas, tanto nacionales como internacionales, de las cuales se obtuvieron ciertos datos o conceptos importantes que se relacionan al tema de la investigación que se llevará a cabo.

El estudio o análisis de las finanzas de la empresa es muy importante, Jumbo Narváez (2013) afirma:

El principal objetivo del análisis financiero es dominar la interpretación de los Estados Financieros con la finalidad de evaluar la situación actual y pasada de la cooperativa, así como los resultados de sus operaciones, con vista a determinar del mejor modo posible la situación y resultados futuros de la información financiera (p. 29).

Así como Herrera y Lazo (2014):

A lo largo del tiempo las pymes no toman en cuenta la información financiera con mucha importancia, ya que estas pequeñas y medianas empresas en su mayoría son negocios familiares o creadas por varios accionistas, que no toman en cuenta la gestión financiera, por lo cual no realizan estudios para la factibilidad de los negocios que van a emprender, por lo que hay muchos pymes que no tardan en cerrar sus puertas, están en el mercado meses, a lo mucho algunos años o por el contrario llevan años en el mercado pero no crecen (s. p.).

Se puede crear una propuesta con un presupuesto para mejorar el rendimiento de la empresa, según Fernández Génesis (2011) el presupuesto es “una técnica que expresa todos

los elementos de la programación (objetivos, metas, volúmenes de trabajo, recursos reales y financieros) que justifiquen y garanticen el logro de los objetivos previstos de una manera eficiente y eficazmente” (p. 21).

1.1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Muchas veces las empresas generan ganancias pero no saben cómo sacar el mejor provecho de estas o simplemente no saben cuánto dinero o cuanta rentabilidad es la que obtienen o generan durante un periodo, por lo cual es de suma importancia generar un estudio de rentabilidad.

En las empresas pequeñas es muy común que no se preocupen por llevar las finanzas o cuentas de los ingresos y ganancias que se obtienen. Por lo tanto, lo primordial para este proyecto de investigación es estudiar la rentabilidad de las pyme.

Es de suma importancia saber cuánto se gana en determinado periodo, para plantear proyectos de inversión que van a ayudar a la empresa a crecer o a mejorar con respecto a las finanzas. Invertir parte de las ganancias es una buena opción ya que el dinero que sobra puede generar aún más ganancias en vez de ser gastado de forma innecesaria.

Crear una propuesta para la empresa, en la cual se busca mejorar la rentabilidad de esta, ya que se puede hacer que esta invierta sus ganancias en algún banco o crear un proyecto de ahorro para no gastar el dinero que sobra, como última instancia esta la adquisición de un crédito bancario, ya que no se quiere que esta cuente con una deuda, sino que mejore con sus propios recursos.

1.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Mayeve es una pequeña empresa que inició en el año 2012, se ubica en La Peregrina, La Uruca, San José. La empresa se dedica a las artesanías, está compuesta por sus dos dueñas, las cuales se dedican más que todo a la venta de las artesanías hechas por ellas mismas. Sin embargo, también se dedican a dar clases de pintura para adultos mayores y otras personas interesadas.

Al ser una empresa pequeña, no cuenta con muchos de los recursos financieros para crecer o simplemente no saben cómo utilizar las ganancias para hacer que la empresa crezca por lo tanto esta investigación busca realizar un estudio de rentabilidad de la empresa, saber cómo están las finanzas.

También se pretende crear un presupuesto, buscar opciones de créditos bancarios o proyectos de inversión en los cuales pueden utilizar el dinero y con estas crear una propuesta de mejora para la empresa y aumentar su rendimiento, que es uno de los objetivos que busca el proyecto.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se pueden generar más utilidades para la pyme de artesanías Mayeve impartiendo lecciones de las diferentes técnicas en el Salón Comunal, San José, La Uruca, para el segundo cuatrimestre del 2017?

1.3 OBJETIVOS

Según Bernal (2010) los objetivos son “los propósitos del estudio, expresan el fin que pretende alcanzarse; por tanto, todo el desarrollo del trabajo de investigación se orientará a lograr estos objetivos” (p. 97)

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general según Bernal (2010) debe “reflejar la esencia del planteamiento del problema y la idea expresada en el título del proyecto de investigación” (p. 99). Según Pazos y Gutiérrez (2012):

Los objetivos generales constituyen una finalidad del estudio. Se construyen de la siguiente manera: se escribe el infinitivo (como: determinar, establecer, verificar), luego el objeto de estudio junto con las variables, el periodo y el lugar (si fuera el caso) (p. 50).

Como explica Oviedo (2016) “el objetivo es visualizado como la meta por resolver” (p. 54).

Realizar un estudio de rentabilidad de impartir lecciones en el salón comunal para generar más utilidades para la Pymes Mayeve, San José, La Uruca durante el segundo cuatrimestre del 2017.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos de la investigación, Bernal (2010) afirma que son:

Se desprenden del general y deben formularse de forma que estén orientados al logro del objetivo general, es decir, que cada objetivo específico esté diseñado para lograr un aspecto de aquél; y todos en su conjunto, la totalidad del objetivo general. Los objetivos específicos son los pasos que se dan para lograr el objetivo general (p. 99).

Según Oviedo (2016) “en los objetivos específicos se utiliza un verbo en infinitivo: (ar, er, ir) para elaborarlos e igual que en los objetivos general o generales (p. 57).

Como afirman Pazos y Gutiérrez (2012) “estos consisten en las actividades que se realizan a lo largo de la investigación, en función de “operacionalizar” las variables para lograr el objetivo general” (p. 52).

- Conocer el número de interesados en las lecciones.

- Conocer la capacidad del taller para satisfacer la demanda.
- Calcular el costo del taller con los materiales incluidos.
- Conocer la influencia que las clases tendrían en las utilidades.

1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA

1.4.1 ALCANCES

Se busca que por medio de las clases que se pueden llegar a impartir, se cree una fuente de conocimientos para aquellas personas que asistan a las clases y ayudarlas a salir adelante, ya que por medio de estas puede que las personas aprendan diferentes técnicas que ayuden en la elaboración y venta de artesanías.

Se busca motivar a las personas para que salgan adelante y adquieran conocimientos y hacer una labor social y ayudar a la comunidad, así como también lograr que las personas pasen un rato diferente y se entretengan y unir a personas de la comunidad.

1.4.2 LIMITACIONES

Debido a que la pequeña o mediana empresa no cuenta con muchos de los registros financieros va a ser un poco difícil hacer el estudio. Sin embargo, se puede realizar un pequeño estudio con la información que se cuenta y generar la propuesta para mejorar el rendimiento.

Otra limitación es el área en donde se encuentra ubicado, esta comunidad está cerca de otras comunidades de alto riesgo, lo cual hace que sea difícil ir al lugar muchas veces debido a que es un lugar inseguro debido a las comunidades a sus alrededores.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

2.1.1 UBICACIÓN

La pequeña empresa está ubicada en la capital del país, San José en el distrito de la Uruca el cual es el distrito número 7 del país. La Uruca cuenta con treinta y un mil setecientos veintiocho habitantes, (31,728), así como también cuenta con veintitrés barrios en los cuales hay ocho mil setecientos sesenta y nueve viviendas (8,769) viviendas.

La Uruca, al principio, eran muchos cafetales, que posteriormente pasaron a ser zonas industriales, así como también asentamientos. En la actualidad, en el sector de la Uruca, donde antes se encontraban los cafetales, se pueden encontrar ventas de autos, maquinaria agrícola, maquinaria industrial, etc.

La pyme, se encuentra en uno de los asentamientos del distrito de la Uruca, el cual es llamado como La Peregrina y Las Magnolias, en este existen alrededor de trescientas casas, cuentan con escuela, colegio, iglesias entre otras. Al igual que la Uruca, este asentamiento eran cafetales, fue alrededor de los años sesenta y setenta que se empezó con el proceso de urbanización de la zona, lo cual se hizo gracias al INVU.

El lugar en donde está es en una casa en este asentamiento, la cual es de una de las dueñas de la pyme. Se ubica en la calle 54 avenida 45 A, Casa 258, lado derecho de la avenida, casa color negro. Se acomodó parte de la casa para dar talleres de pintura y la venta de las artesanías.

2.1.2 HISTORIA

Las dueñas de la empresa, Mayra Rojas y Evelin empezaron llevando cursos de manualidades en el año 2010, más que todo para no estar en la casa y hacer algo diferente, ya que amabas son madres y no se dedicaban a trabajar fuera del hogar. Esa fue la razón principal por la que ellas empezaron a tomar diferentes clases de manualidades y pintura.

Luego de tomar diferentes clases de pintura y manualidades empezaron a dedicarse a dar clases en el año 2012 en la casa de una de ellas, donde actualmente esta empresa está ubicada. Las clases que ellas daban eran más que todo para grupos pequeños de adultos mayores y algunos de personas un poco más jóvenes.

En estas clases con grupos de máximo diez personas, enseñaban a trabajar diferentes técnicas en materiales como barro, *country* y vidrio, las personas compraban el material y pagan una pequeña cuota por cada clase a la que asistían, en estas cada persona podía elegir diferentes figuras en *country* y ellas les explicaban como pintarlas y darles diferentes texturas.

Las personas que asistían a las clases lo hacían para distraerse, pasar un rato diferente y entretenido, así como otras utilizaban las clases para liberarse del estrés del trabajo, ya que estas tenían horarios en la mañana, tarde y noche.

En la actualidad Mayra y Evelin se dedican a dar clases, pero son menos las personas que las pueden recibir, debido a que reciben muchos pedidos de artículos en *country* y el tiempo no es el suficiente para dar clases.

Ellas venden artesanías en barro, *country* y vidrio. Las personas les encargan para algún regalo en fechas como el día de los enamorados, día del padre, de la madre o como

recuerdos de primera comunión, *baby showers*, etc. También venden artesanías para decoración

2.2 CONTEXTO TEÓRICO

2.2.1. ¿QUE ES UNA PYME?

Se dice que una pyme es una pequeña o mediana empresa, la cual tiene pocos trabajadores y los ingresos que esta recibe son moderados, debido que esta no es muy grande. Por lo general, son negocios familiares o entre amigos que buscan ofrecer un servicio o producto nuevo a las necesidades del mercado.

Según Wikipedia (2017) “es una empresa con características distintivas y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos” (s. p.).

Además se afirma que:

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo esto una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una determinada cantidad de personal (s. p.).

Muchas veces la pequeñas o medianas empresas tienen muchas dificultades, como por ejemplo los medios de financiamiento son más difíciles de obtener para una de estas.

2.2.1.1 CLASES DE ARTESANÍAS

Por medio de las clases que se pueden llegar a impartir, se puede crear una fuente de conocimientos a aquellas personas asistan a las clases y ayudarlas a salir adelante, ya que por medio de estas puede que las personas aprendan diferentes técnicas que ayuden, si la persona no tiene un trabajo, para que pueda hacer artesanías y venderlas.

Además, se busca motivar a las personas para que salgan adelante y adquieran conocimientos, hacer una labor social y ayudar a la comunidad, así como lograr que las personas pasen un rato diferente, se entretengan y unir a personas de la comunidad.

Se han visto casos de mujeres que no tienen empleo o que son amas de casa y reciben diferentes tipos de clases, estas les ayudan a crear una empresa con los conocimientos que obtienen y luego se convierten en empresarias.

Las clases no solo son un medio de distracción para las personas que no tienen empleo, sino que también para las que imparten las clases se vuelve una misión de labor social, la cual ayudan a personas salir adelante, lo cual es de suma importancia ya que se puede ayudar a muchas personas a que sean mejor cada día por medio de una clase.

2.2.2 RENTABILIDAD

La rentabilidad son todas las ganancias que obtiene la empresa, estas se comparan con todos los recursos que la empresa invirtió para generar estos beneficios, esta es una forma de ver como una empresa invierte sus fondos para generar mayores beneficios.

Esta es de suma importancia para una empresa, entre más rentabilidad tenga mejor van a ser los inversionistas, si una empresa no tiene una buena rentabilidad puede pasar que los inversionistas retiren su acciones de esta, lo cual puede hacer que cualquier empresa quiebre.

La rentabilidad puede ser medida por medio de razones, como afirma Salas (2012) “las razones de rentabilidad evalúan el grado de éxito alcanzado de las operaciones e inversiones de la empresa y por lo tanto, son de interés para accionistas, acreedores y administradores” (p. 75).

Así como los índices expresan el rendimiento, como afirma Salas (2012) “estos índices expresan los rendimientos generados de las operaciones de la empresa y miden la rentabilidad obtenida sobre las inversiones realizadas para llevar a cabo estas operaciones” (p. 75).

2.2.2.1 RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO

Es de suma importancia para la empresa mejorar o tener una rentabilidad alta, ya que esta es la que va a hacer que el valor de la empresa sea más alto y los accionistas inviertan en esta, para cumplir con el objetivo principal de cualquier empresa pequeña que es crecer.

Según Salas (2012) “la rentabilidad del patrimonio expresa el rendimiento final que obtienen los socios de su inversión en la empresa. Esta es la razón indica la tasa de utilidad generada sobre la inversión total efectuada por los accionistas” (p. 84)

Para los accionistas, las empresas que generan un buen rendimiento es señal para invertir, ya que es una buena opción, una opción rentable para ellos. La empresa, para asegurar que los accionistas inviertan, debe tener un rendimiento mayor a los de las otras empresas con las que compiten y así lograr que estos sean frecuentes a la hora de invertir en las diferentes empresas que hay en el mercado.

La rentabilidad del patrimonio es la que mide la inversión de los accionistas de acuerdo con la rentabilidad de la empresa, como menciona Salas:

Una rentabilidad del patrimonio significa que la empresa genera un alto nivel de utilidad neta en relación con la inversión de los accionistas. Esto hace que la empresa se torne más atractiva para los inversionistas y se incrementa el valor de sus acciones en el mercado, lo cual beneficia a los propietarios (p. 84).

2.2.2.2 MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD

El margen operacional de utilidad es el que dice que tan eficiente es una empresa a la hora de generar ingresos en un momento determinado. Este margen también mide la utilidad que gana una empresa en las operaciones, sin tomar en cuenta los intereses, impuestos y dividendos de los accionistas.

Este margen es, como afirma Salas (2012):

El margen de operación constituye el porcentaje de utilidad obtenido de las operaciones normales de la empresa. Este índice expresa el margen de utilidad derivado de la actividad típica y habitual del negocio, sin considerar los gastos financieros, los ingresos y los gastos indirectos y los impuestos (p. 77).

Este muestra el porcentaje de las utilidades obtenidas por las operaciones de la empresa. También expresa las utilidades que se obtuvieron de la operación luego de las ventas y cubren todo lo que son los costos de las ventas y los gastos para operar.

La importancia de este según Salas (2012) es:

El margen de utilidad de operación MUO es de vital importancia para conocer la rentabilidad sobre las ventas y la eficiencia en el manejo de los costos de producción y gastos de operación. Una disminución de este margen indica que ha aumentado el peso relativo de estos costos y gastos con respecto a las ventas (p. 78).

2.2.2.3 RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

El rendimiento sobre la inversión mide la rentabilidad final obtenida de los activos de la empresa que fueron invertidos para generar más beneficios, en otras palabras es el que mide el rendimiento de la inversión para evaluar que tan eficiente es el gasto que realizamos a la hora de invertir o que planeamos realizar.

Como dice, Salas (2012):

El rendimiento sobre la inversión RSI es un indicador clave de la eficiencia y eficacia con la que la administración ha utilizado sus recursos totales para generar ganancias netas. Este índice muestra que tan satisfactorio es el nivel de utilidad final obtenida con respecto a las inversiones totales efectuadas por la empresa (p. 82).

Se dice que si el rendimiento de la inversión realizada disminuye, también disminuyen los activos para producir utilidades netas. Por el contrario, si hay un aumento en el rendimiento de las inversiones, esto quiere decir que se ha mejorado y que las inversiones realizadas van a ayudar a la empresa a obtener más beneficios o utilidades.

2.2.2.4 MARGEN BRUTO DE UTILIDAD

El margen bruto de utilidad es una medida financiera que se utiliza en las empresas para determinar cómo se encuentra la salud financiera de esta. Se dice que esta dice en porcentajes los fondos que le quedan a la empresa luego de haber disminuido todos los costos en los que incurre para vender sus productos, al final este margen indica el porcentaje de las ventas que permanece como utilidad bruta.

Según Salas (2012) dice que:

El margen de utilidad bruta MUB mide la rentabilidad sobre las operaciones de ventas, producción y costos de compras. Este margen también refleja cuanto se genera de utilidad bruta por cada colon de ventas. El conocimiento del margen bruto es importante para planear y evaluar la política de fijación de precios de la empresa (p. 76).

El margen bruto de utilidad se puede mejorar con el incremento de los precios en los que se venden los productos, aunque esto puede causar que los productos sean más caros y que las ventas de estos disminuyan y el margen de igual forma puede que no mejore. Los costos a la hora de producir o crear un producto pueden hacer que el precio de este aumente. Si el margen es muy pequeño esto demuestra que la empresa puede ser débil.

2.2.2.5 MARGEN NETO DE UTILIDAD

Este margen es el que indica qué tan eficiente es la empresa a la hora de convertir las ventas en ganancias. En otras palabras, es dividir los ingresos netos después de que se le cobraron los impuestos de venta, lo cual nos daría el margen de utilidad neta.

Salas (2012) afirma que:

El margen de utilidad neta MUN, denominado también margen de ventas neto, refleja la proporción de las ventas que permanece una vez cubiertos todos los costos, gastos e impuestos de la empresa. Este margen representa la diferencia y brecha entre los ingresos y los gastos totales y se expresa en forma porcentual o unitaria. El margen de utilidad neta, considerado unitariamente, indica la ganancia neta obtenida por cada colon de ventas (p. 79).

El margen de utilidad neta entre más alto sea, quiere decir que mayor es la rentabilidad que está teniendo la empresa, lo cual va a hacer que los accionistas quieran invertir en esta. Por el contrario, si el margen es bajo quiere decir que la empresa no tiene buena rentabilidad lo que va a causar que los accionistas no quieran invertir.

2.2.3 UTILIDAD

La utilidad es la capacidad que tiene un bien para satisfacer las necesidades o demandas de alguien. O también se puede decir que es el provecho que se obtiene de algo.

También se puede referir a las ganancias que generan a una empresa durante un determinado periodo.

Según se afirma en Recursos y Negocios (2017) esta es:

Valor del producto vendido, descontando el costo de los insumos y la depreciación, pagos a los factores contratados, tales como salarios, intereses y arriendos. Por lo tanto, la ganancia es la retribución implícita a los factores aportados por los propietarios de un negocio o una empresa (s. p.).

En el sector de economía, es la capacidad que tiene un producto o servicio en satisfacer las necesidades del ser humano, la cual es medida por medio de la utilidad total y la utilidad neta. Esta representa la diferencia de los ingresos contra los desembolsos que tiene que hacer una empresa.

Hay muchas opciones para generar más utilidades y hacer que la empresa siga creciendo y mejorando su rentabilidad, para que los accionistas inviertan en esta. Por ejemplo, mejorar la apariencia del producto, crear una relación con el cliente, realizar ofertas para atraer más clientes y que las ventas aumenten u ofrecer descuentos a las compras más grandes y así mejorar las utilidades de la empresa.

2.2.3.1 UTILIDADES DE OPERACIÓN

La utilidad de operación es la que se obtiene por medio de la operación normal de la empresa, sin incluir lo que son gastos, productos financieros y extraordinarios.

Como afirma Rodríguez (2012) estas son:

Las utilidades pueden ser utilidades de operación, las cuales provienen de las operaciones normales de la empresa y las inversiones con las que deben compararse son con las que representan los recursos empleados de forma directa para

obtenerlas. A tales recursos normalmente se les denomina activos operativos; este rendimiento se conoce como rendimiento operativo (p. 185).

La utilidad operacional es muy diferente a la utilidad neta, ya que esta no toma en cuenta todos los conceptos que se encuentran en el estado de resultados como lo hace la utilidad, esta solo toma en cuenta los ingresos que obtiene la empresa al operar y los gastos de operación. Estos están relacionados directamente con las actividades de la empresa.

Generalmente, la utilidad operacional va a ser menor a la utilidad neta, ya que esta no toma en cuenta todas las cuentas del estado de resultados como lo hace la otra utilidad, pero puede que si la empresa tiene perdidas esta va a ser mayor que la utilidad neta debido a las pérdidas que se obtuvieron.

2.2.3.2 UTILIDADES NETAS

La utilidad neta se puede decir que es la diferencia que hay entre los ingresos que obtienen una empresa y los costos en los que incurre la empresa a la hora de vender sus productos, en otras palabras, las utilidades finales después de los gastos.

Como dice Rodríguez (2012) son:

Utilidades netas, el último renglón del estado de resultados y representan las utilidades finales que tiene la empresa después de cubrir todos los costos y gastos necesarios para obtenerlas. Aquí la inversión se representa por los activos totales, pues se considera que esa utilidad requirió del uso de todos los recursos con que cuenta le empresa (p. 185).

También se puede decir que las utilidades netas son el rendimiento efectivo que tiene la empresa con respecto a los aportes que dan los accionistas. Los activos que genera

esta durante un periodo respectivo. Esta utilidad tanto como la otra ayuda a asegurar el éxito de la empresa.

Es muy diferente a lo que es la utilidad operacional, ya que esta si toma en cuenta todos los elementos que están en el estado de resultados, a diferencia de la otra utilidad que no lo hace ya que solo toma en cuenta los ingresos y los gastos.

2.4 HIPÓTESIS

Las hipótesis son según Bernal (2010) “debido a que estas son el medio por el cual se responde a la formulación del problema de investigación y se operacionalizan los objetivos” (p. 136). No todas las investigaciones tienen una hipótesis, de acuerdo con Sampieri (2014):

No todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho (p. 92)

Una investigación se considera exitosa según Pazos y Gutiérrez (2012) “de tal manera que la hipótesis puede ser comprobada o rechazada y cualquiera de las conclusiones debe ser considerada como exitosa para la investigación” (p. 59).

Se pueden generar más ingresos para la pyme, si se imparten lecciones de diferentes técnicas.

2.4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Las variables según Sampieri (2014) son “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 93).

La variable dependiente de la investigación son los ingresos de la pyme.

Según Wikipedia (2017) estas son “las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios” (s. p.).

Los ingresos según Debitoor (2017) son “un incremento de los recursos económicos. Este debe entenderse en el contexto de activos y pasivos puesto que es la recuperación de un activo” (s. p.).

En la presente investigación se utilizará la primera definición.

2.4.2 VARIABLE DEPENDIENTE

La variable dependiente según dice Bernal (2010) “se conoce como variable dependiente al “resultado” o “efecto” producido por la acción de la variable independiente” (p. 136). Una variable dependiente es aquella cuyos valores dependen de los que tomen otra variable.

En esta investigación la variable dependiente son las lecciones.

Según dice Wikipedia (2017) una lección es “la instrucción de un maestro a sus discípulos. La palabra se emplea lo mismo tratándose del arte, del deporte y el arte culinario, que siendo objeto de la filosofía, la religión, la retórica o la historia” (s. p.).

También, según dice Wikipedia (2017) “cualquier enseñanza particular o conjunto de conocimientos que en cada vez un maestro a un discípulo” (s. p.).

En la presente investigación se va a utilizar la segunda definición para la variable dependiente.

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Según afirma Bernal (2010) “una vez identificadas las variables objeto del estudio, es necesario conceptualizarlas y operacionalizarlas” (p. 141).

Hipótesis	Conceptos	VARIABLES	Indicadores
<p>Se pueden generar más ingresos para la pyme,</p>	<p>Ingresos: las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios.</p>	Ingresos	<p>-Clientes atendidos.</p> <p>-Clases impartidas</p> <p>-Ingresos por ventas.</p>
	<p>Lección: cualquier enseñanza particular o conjunto de conocimientos que en cada vez un maestro a un discípulo.</p>	Lecciones	<p>-Técnicas</p> <p>-Materiales que se van a utilizar.</p> <p>-Profesores</p>

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 FINALIDAD

Se dice que la finalidad de una investigación, según señala González (2017), es:

La finalidad de la investigación hace referencia a los aportes que dará; ya sea, en cuanto a la producción y generación de conocimiento sobre el tema estudiado en, por ejemplo, administración, educación, derecho, publicidad, psicología, y/o lo relativo a las recomendaciones, manuales, acciones y planes tangibles y útiles que se elaborará producto de la información recabada, con el fin de contribuir a resolver el problema investigado (p. 24).

Existen dos tipos de investigación, las cuales son la investigación teórica y la investigación aplicada. Según González (2017) la investigación teórica es:

La investigación que parte de un conocimiento existente, pero considera que el mismo está incompleto, no está demostrado o tiene prejuicios. En cuyo caso, el fin es producir más y mejor conocimiento a efecto de poder contribuir a depurar, ampliar y fundamentar el existente (p. 25).

Por otro lado, está la investigación aplicada que según González (2017) es aquella que:

Busca sobre todo resolver problemas cotidianos y evidentes que ocurren en un país, empresa, institución, comunidad, ámbito de estudio o grupo de personas, mediante acciones y medidas concretas y tomando como base los datos y la información producidas por la investigación (p. 25).

La presente investigación es de carácter aplicada debido a que con base a la información recopilada acerca de la empresa lo que se busca es realizar un estudio de

rentabilidad para poder mejorar las utilidades de la empresa y luego ofrecer recomendaciones de cómo se podrían generar más ganancias a las dueñas de la empresa.

3.1.2 DIMENSIÓN TEMPORAL

La dimensión transversal según González (2017) es:

“Acortar” el tiempo, en sentido metafórico, para investigar un tema específico y a profundidad en un momento específico. Para la investigación transversal lo más importante es poder analizar y comprender el tema de estudio en profundidad, es decir, en detalle, más que el analizar el comportamiento del tema a lo largo del tiempo (p. 25).

La presente investigación es de carácter transversal, ya que solo estudia un periodo corto que comprende desde enero del presente año hasta que se finalice la investigación.

Es lo contrario de la investigación longitudinal que es la que estudia un periodo largo, por lo que no es factible para esta investigación en la que se tomarán en cuenta un periodo de seis meses.

3.1.3 MARCO

El marco, según afirma González (2017), es:

El marco de la investigación se refiere al tamaño o amplitud la investigación; es decir, a la magnitud y extensión de la organización, las áreas, el lugar o la temática que se pretende investigar. Refiere, entonces, a qué tanta abarca la investigación; lo cual depende, entre otras cosas, de la existencia o no de recursos económicos, de tiempo, de cantidad de investigadores y del grado conocimiento de la temática (p. 26).

Existen diferentes tipos de marcos de investigación, como el marco mega, macro y micro. El marco de tipo mega, según González (2017) es:

Cuando se realiza un estudio nacional sobre condiciones socioeconómicas y para esto se aplica un censo en todo el país o cuando se plantea realizar un análisis administrativo, que incluya a recursos humanos, finanzas y mercadeo, entre otras áreas, de toda la empresa o cuando se plantea analizar una temática amplia y compleja en el campo del derecho laboral (p. 26).

El marco de tipo macro de una investigación según González (2017) es el que:

Refiere al estudio que se realiza en una parte o fragmento de lo mega, por ejemplo, un estudio de mercado en una provincia, una evaluación del desempeño laboral en un departamento de una empresa o una evaluación de la didáctica que utilizan los docentes de toda una escuela, o un análisis jurídico en un campo específico del derecho laboral, por ejemplo, sobre el salario mínimo (p. 26).

Por último está el macro de tipo micro, el cual es según González (2017) es el que se refiere “a una parte, un elemento, un subtema o un micro-espacio, sobre el cual o en donde el investigador hará su investigación” (p. 26).

Para la presente investigación se va a utilizar un marco micro, debido a que lo que se va a estudiar es solo la parte financiera de la pyme, la cual es muy pequeña y no cuenta con muchos trabajadores.

3.1.4 NATURALEZA

La investigación cuantitativa, según González (2017) es:

Una investigación con un enfoque cuantitativo recaba, sobre todo, datos, cifras, cantidades, valores numéricos que respalden la prueba de hipótesis. Los datos se recopilan por medio de, por ejemplo, encuestas con preguntas cerradas, matrices, software, bases de datos, modelos estadísticos y más (p. 27).

Existen diferentes tipos de naturaleza, la cualitativa, la cuantitativa y la mixta. Se dice que la naturaleza de tipo cuantitativa, según González (2017) es aquella que:

Recaba, sobre todo, datos, cifras, cantidades, valores numéricos que respalden la prueba de hipótesis. Los datos se recopilan por medio de, por ejemplo, encuestas con preguntas cerradas, matrices, software, bases de datos, modelos estadísticos y más. Para el enfoque investigativo de corte cuantitativo lo importante y necesario, es poder recolectar datos que permitan realizar mediciones, cálculos, formula y todo tipo de operaciones matemáticas y estadísticas (p. 27).

Por otro lado, la investigación de tipo cualitativa, según González (2017) es aquella en la que se “recaba y analiza son opiniones, conductas, puntos de vista, actitudes, valoraciones y juicio de valor, entre otras cuestiones, sobre el tema investigado (p. 28).

Por último esta la investigación de tipo mixta que según González (2017) es aquella que “va entremezclando ambos enfoques a lo largo de todo el proceso, que se vuelve más complejo” (p. 30).

La presente investigación que se está realizando es de naturaleza cuantitativa, debido a que se va a estudiar solo la parte financiera de la empresa, por lo cual solo se van a tomar en cuenta más que todo la parte numérica de esta, no la parte de las cualidades que esta tiene.

Se van a recopilar datos que ayuden a estudiar la rentabilidad de esta empresa y por medio del estudio, se busca mejorar las utilidades y realizar una propuesta para presentar a las dueñas y mejorar las finanzas.

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 PRIMERA MANO

Las fuentes de primera mano, según González (2017) son “todos los documentos como tesis de las Universidades que se encuentran en línea y trabajos de investigación de Organizaciones reconocidas” (p. 35).

Para la presente investigación se van a utilizar las siguientes tesis:

- Proceso de planificación presupuestaria en la Alcaldía del municipio Carache Estado Trujillo. Universidad de los Andes. Perú, 2011.
- Análisis de la rentabilidad económica y financiera en la cooperativa de ahorro y crédito “27 de abril” de la ciudad de Loja, periodos 2010 – 2011. Universidad Nacional de Loja. Ecuador, 2013.
- Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de bioacuáticos “COEXBI S.A” del cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009. Universidad Nacional de Loja. Ecuador, 2010.
- Estudio de la factibilidad para la creación y apertura de un restaurante de comida típica denominado Sabor Criollo en San Antonio de Belén para el primer semestre del 2011. Universidad Hispanoamericana. Costa Rica, 2011.
- Analizar la factibilidad del endeudamiento de la empresa CVG Aluminios Nacionales S.A. Universidad Hispanoamericana. Costa Rica, 2011.

3.2.2 Segunda mano

Las fuentes de segunda mano, según González (2017) son “Artículos científicos de revistas reconocidas e indexadas, artículos de expertos. Se establece el nombre del artículo, nombre de la revista y el número como el año. Libros y documentos relacionados con los temas que se desarrollan” (p. 35).

Para la presente investigación se están utilizando los siguientes libros:

- Análisis de estados financieros. McGraw-Hill Interamericana, 2012.
- Análisis y diagnóstico financiero. Ediciones El Roble, 2012.
- Contabilidad Financiera. McGraw-Hill Interamericana, 2013.
- El proceso contable. EUNED, 2013.

3.3 SELECCIÓN DE MUESTREO

3.3.1 LA POBLACIÓN

Como afirma González (2017), la población es aquello que “constituye el universo total sobre el cual se hace la investigación y puede estar conformada por comunidades, grupos, personas; situaciones, organizaciones” (p. 35).

Otra definición de la población puede ser según González (2017) “la población es “el todo” sobre lo cual se apunta para recolectar los datos; sin embargo, el manejo de una población puede ser complicado, por lo que se suele trabajar con una muestra” (p. 35).

La población que se va a utilizar son las personas que viven en la Peregrina, debido a que es el área donde está ubicada la pyme, por lo cual es más factible que vayan a recibir clases para distraerse y pasar un rato diferente o a comprar las artesanías.

3.3.2 LA MUESTRA

La muestra de una investigación como dice González (2017) es:

Constituye un subgrupo representativo de la población, idéntico en todos sus extremos, su tamaño no implica que una investigación sea mejor, porque se lleve a cabo con grupos grandes; sino que la calidad radica en que se describan claramente las características de la muestra, para evitar ambigüedades o confusiones. Puede ser de dos tipos: probabilística y no probabilística (p. 36).

Para la siguiente investigación se va a utilizar la muestra de tipo no probabilística que según Gonzales (2017) es la que “se da cuando la elección depende de las características de la investigación y la toma de decisión de una persona o grupo” (p. 37).

Se dice que se va a utilizar una muestra no probabilística porque lo que se busca es realizar un estudio de rentabilidad y mejorar las utilidades de la empresa por medio de una propuesta, las personas de la comunidad no tienen que ver mucho debido a que solo se van a tomar en cuenta las finanzas de la empresa y la opinión de los gerentes de esta. La comunidad cuenta con alrededor de 300 casas pero se le va a aplicar una encuesta a 100 casas de la comunidad.

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

3.4.1 LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA

Como dice Bernal (2010) la entrevista es:

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio (p. 194).

En otras palabras, lo que quiere decir es que por medio de esta se pueden obtener datos cuantificables, estos se obtienen por medio de las preguntas que se realizan, lo más probable es que se utilice un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas.

Por otro lado, la encuesta según Bernal (2010) es:

Una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta

se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas (s. p.).

El cuestionario como afirma, Sampieri (2014) es “Tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217).

El cuestionario cuenta con preguntas de dos tipos, las preguntas cerradas o abiertas. Según Sampieri (2014) las preguntas cerradas son “Las preguntas cerradas contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas. Es decir, se presentan las posibilidades de respuesta a los participantes, quienes deben acotarse a estas” (p. 217).

El otro tipo de preguntas son las preguntas abiertas, que según Sampieri (2014) son las que “no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito y puede variar de población en población” (p. 221)

3.4.2 LA OBSERVACIÓN

Según Bernal (2010), la observación:

Cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado, por lo cual hoy están utilizándose medios audiovisuales muy completos, especialmente en estudios del comportamiento de las personas en sus sitios de trabajo (p. 194).

Hay diferentes métodos para recoger información por medio de la observación, como por ejemplo la hoja de observación, la lista de cotejo, cámaras, bitácora, mapas, entre otras más.

La hoja de observación según Wikipedia (2017) es la que:

Se utiliza para reunir datos basados en la observación del comportamiento de un proceso con el fin de detectar tendencias, por medio de la captura, análisis y control de información relativa al proceso. Básicamente es un formato que facilita que una persona pueda tomar datos en una forma ordenada y de acuerdo al estándar requerido en el análisis que se esté realizando (s. p.).

La lista de cotejo según el Currículo Nacional Base Guatemala (2015) es “Consiste en una lista de criterios o de aspectos que conforman indicadores de logro que permiten establecer su presencia o ausencia en el aprendizaje alcanzado por los estudiantes” (s. p.).

Esta lista se utiliza para comprobar la serie de indicadores, verificar si los indicadores logran una ejecución, ver si los productos cumplen con sus características, revisar las características que tienen que estar en el proceso. Esta tabla se mide por medio de los sí o no que se marcaron.

La bitácora, según Wikipedia (2017) es “el cuaderno o bitácora de trabajo es un cuaderno en el cual estudiantes, diseñadores y artistas plásticos, entre otros, desarrollan sus bocetos, toman nota de ideas y cualquier información que consideren que puede resultar útil para su trabajo” (s. p.).

Otro método que se puede utilizar para la recopilación de información por medio de la observación es el mapa que según Herrera (2008) es “en el caso de un proyecto de investigación, un Mapa de Investigación permite establecer las etapas o pasos que conforman el proyecto, ayuda a planificar la investigación” (s. p.).

3.4.3. INTERNET

Se puede recolectar mucha información útil para la investigación de las páginas de internet como dice Bernal (2010) “no existe duda sobre las posibilidades que hoy ofrece Internet como una técnica de obtener información; es más, se ha convertido en uno de los principales medios para recabar información” (p. 136).

En la presente investigación se utilizara la observación como técnica para recolectar información para la investigación por medio de una lista de cotejo, ya es la que mejor se adapta a los propósitos de la investigación.

3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES

3.5.1 INGRESOS

Definición conceptual: un incremento de los recursos económicos. Este debe entenderse en el contexto de activos y pasivos debido a que es la recuperación de un activo

Dimensión: realizar un estudio de rentabilidad para ayudar a la empresa a que mejore la rentabilidad y pueda crecer por sí sola, con lecciones de artesanías para incrementar los ingresos.

Definición conceptual de la dimensión: la empresa para asegurar que se obtengan más ganancias tiene que dar lecciones de artesanías, entre más lecciones se den más ingresos se van a obtener.

Definición operacional: como la empresa es pequeña probablemente los ingresos no sean muy altos, se puede decir que en una escala de 0 % al 10 %, de 0 % a 5 % es negativo y del 6 % al 10 % es positivo.

0 % _____ negativo/ 6 %- _positivo _____ 10 %

Definición instrumental: para la recolección de información de la rentabilidad se va a utilizar una encuesta para ver cuántas personas están interesadas.

Fuentes de información: encuesta.

3.5.2 LECCIONES

Definición conceptual: la instrucción de un maestro a sus discípulos. La palabra se emplea lo mismo tratándose del arte, del deporte y el arte culinario, que siendo objeto de la filosofía, la religión, la retórica o la historia.

Dimensión: realizar un horario de lecciones para que las dueñas puedan dar lecciones o clases de artesanía.

Definición conceptual de la dimensión: se puede referir a las clases que dan las dueñas en un periodo determinado

Definición operacional: se puede decir que la empresa va a dar más clases que las que estaba dando, por lo que si va de 0 a 2 clases por mes es negativo y de 2 a 4 clases es positivo.

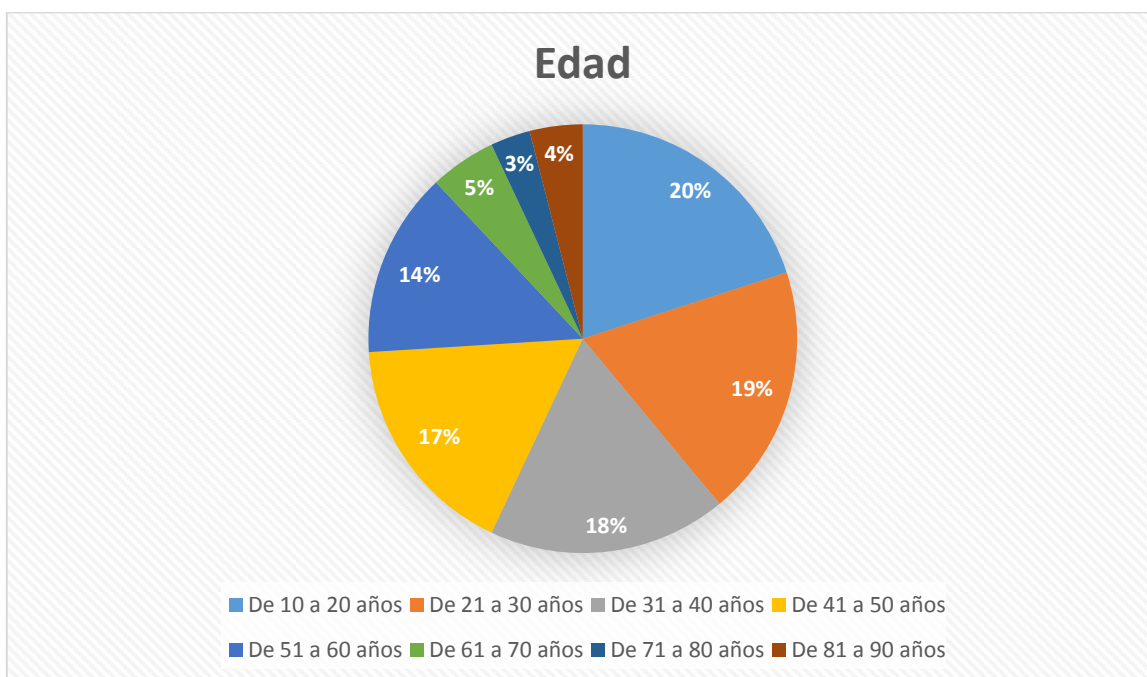
0_____negativo/ 2_positivo_____4

Definición instrumental: para la recolección de información de las lecciones se va a utilizar las encuestas para generar horarios.

Fuentes de información: generada por mi persona en el proceso de investigación, no se disponía de horarios o personas interesadas en las clases.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Gráfico 1 Edad de las personas que asistirían a clases de artesanías.



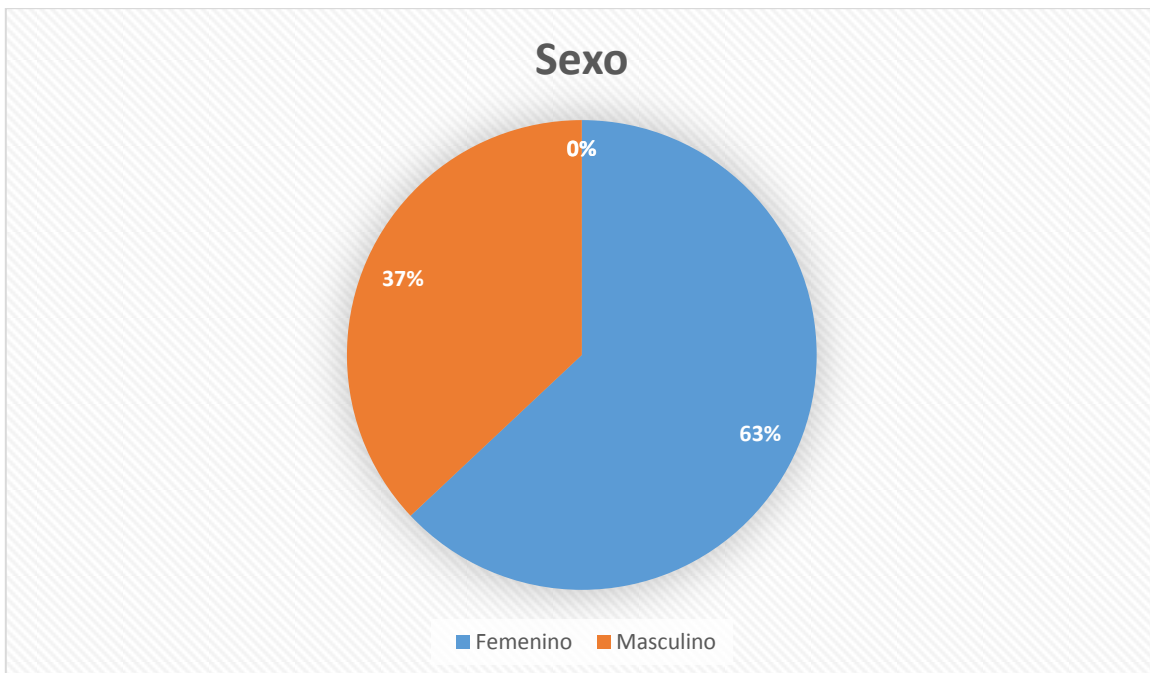
Fuente: Encuesta realizada

Edad	Total
De 10 a 20 años	20 personas
De 21 a 30 años	19 personas
De 31 a 40 años	18 personas
De 41 a 50 años	17 personas
De 51 a 60 años	14 personas

De 61 a 70 años	5 personas
De 71 a 80 años	3 personas
De 81 a 90 años	4 personas
De 91 a 100 años	0 personas
Sumatoria	100 personas

En el gráfico anterior se puede ver que las personas que asistirían, van desde los 10 años hasta los 90 años aproximadamente, pero de las edades que más asistirían van de los 10 años a los 40 años de edad, esto representa el 74 % de las personas que asistirían a clases.

Gráfico 2 Sexo de las personas que asistirían a clases de artesanías.

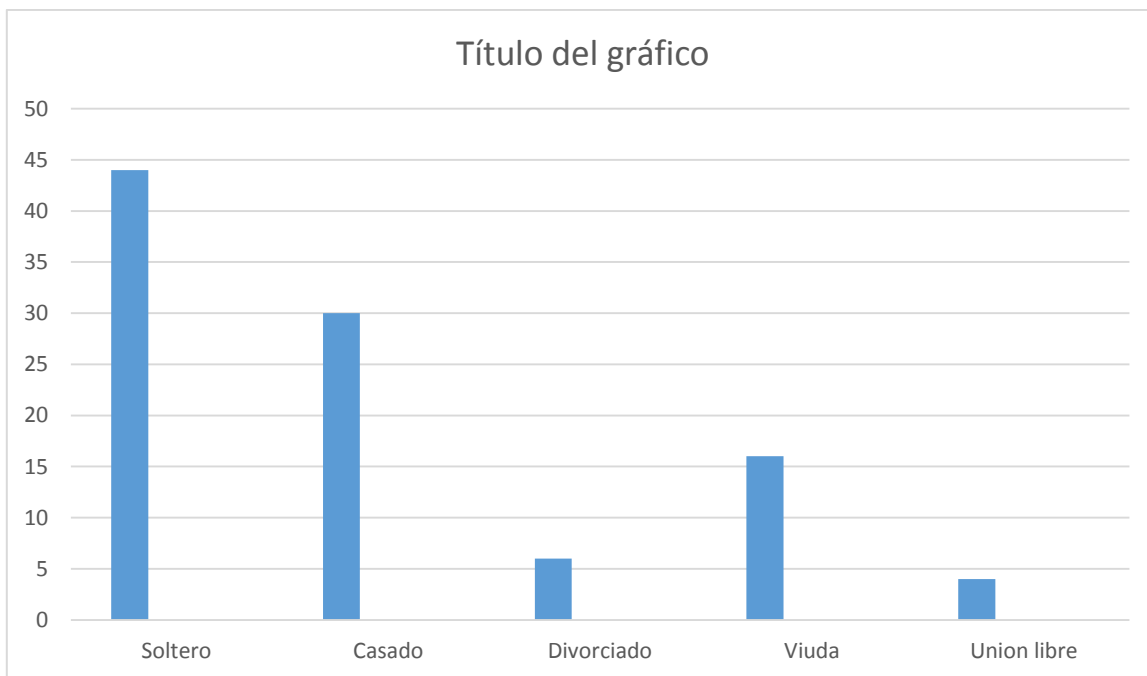


Fuente: Encuesta realizada

Sexo	Total
Femenino	63 mujeres
Masculino	37 hombres
Sumatoria	100 personas

Como se puede ver en el gráfico anterior, la mayoría de las personas que van a asistir a clases son del sexo femenino con el 63 % de las personas y el otro 37 % serían del sexo masculino, por lo cual las mujeres son las que están más interesadas en las clases y los hombres no tanto.

Gráfico 3 Estado civil de las personas que asistirían a clases de artesanías.



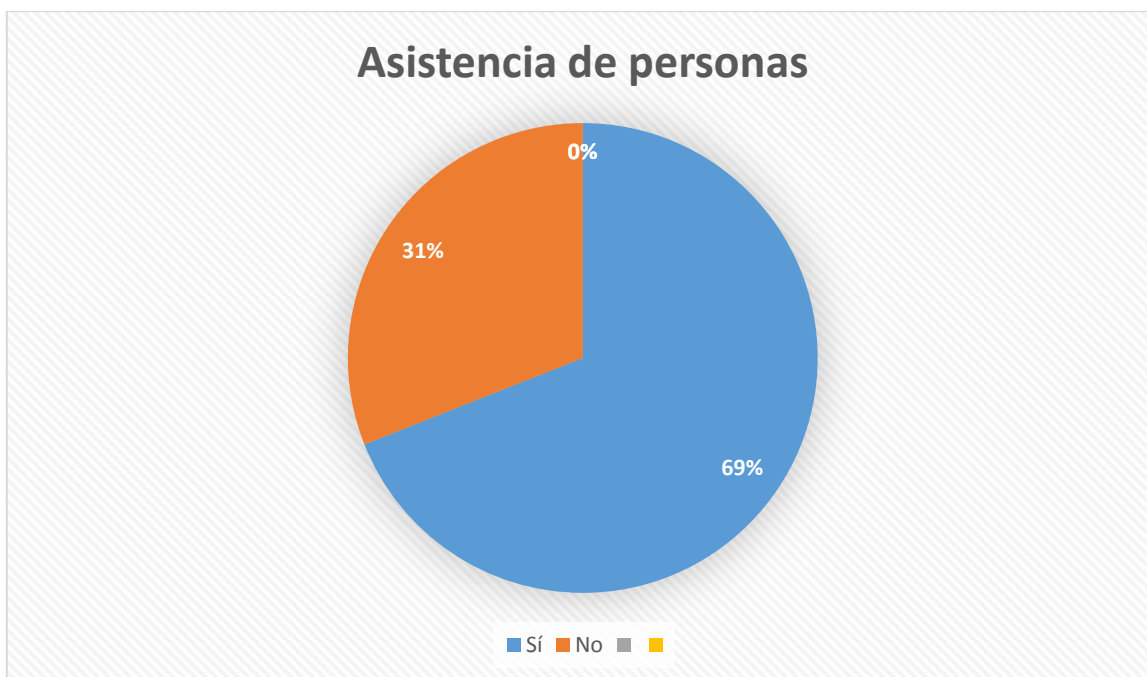
Fuente: Encuesta realizada

Estado civil	Total
Soltero	44 personas
Casado	30 personas
Viudo	16 personas
Divorciado	6 personas
Unión Libre	4 personas
Sumatoria	100 personas

Como se puede ver en el gráfico anterior, la mayoría de las personas que asistirían a clases son solteras con casi el 45 % en total, luego siguen las personas casadas con el 30 %

del total y las personas divorciadas, viudas o en unión libre son las que menos asistirían a las clases

Gráfico 4 A las personas les gustaría ir a clases.

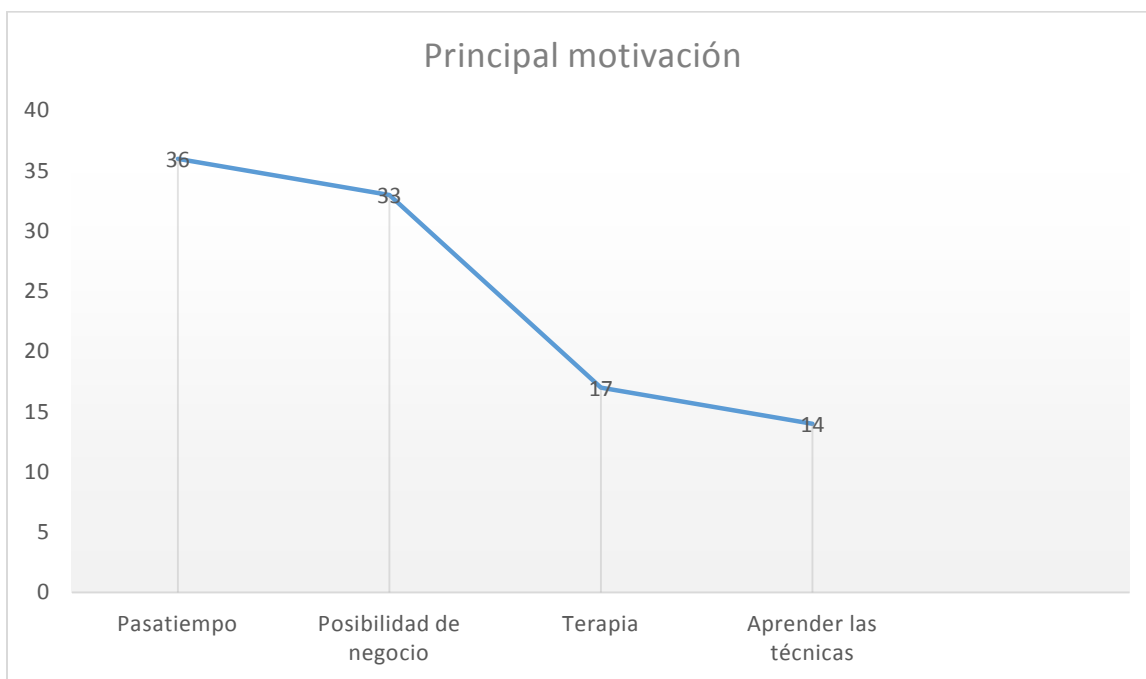


Fuente: Encuesta realizada

Asistencia a clases	Total
Si	70 personas
No	30 personas
Sumatoria	100 personas

En el gráfico se puede observar cómo el 69 % de las personas les gustaría asistir a las clases de artesanías y al 31 % no les gustaría asistir a las clases ya sea por diferentes razones.

Gráfico 5 Cuál sería la principal motivación de las personas

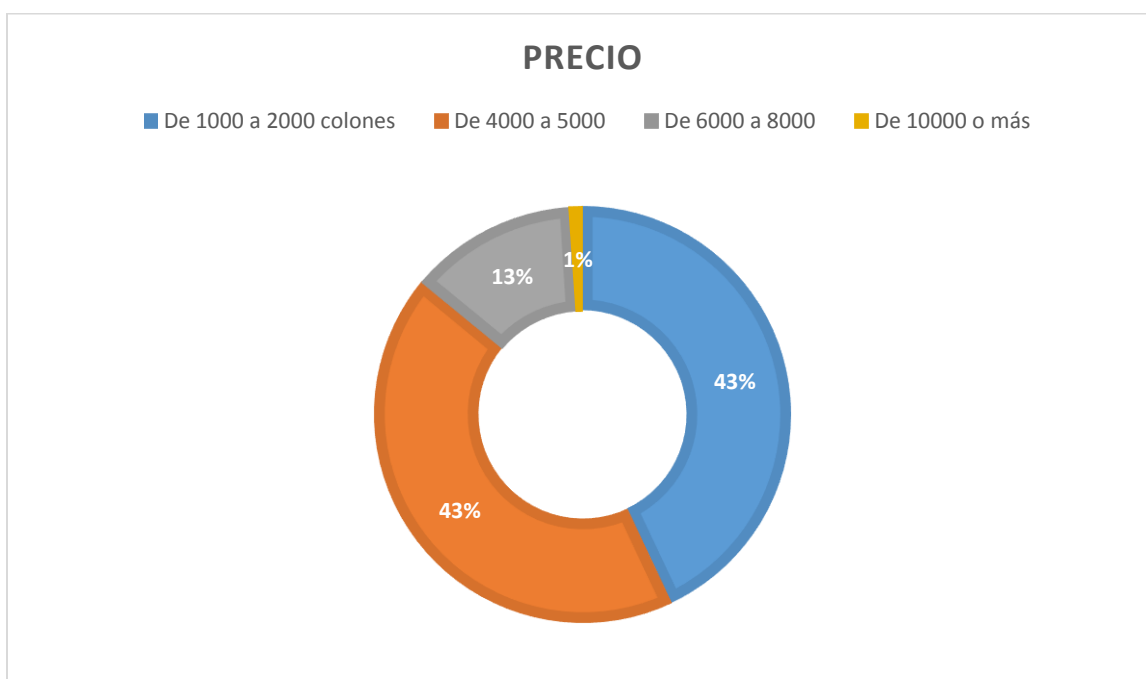


Fuente: Encuesta realizada

Motivación	Total
Pasatiempo	25 personas
Posibilidad de negocio	23 personas
Terapia	12 personas
Aprender las técnicas	10 personas
Sumatoria	70 personas

Como se aprecia en el gráfico, las personas que más asistirían lo harían por pasatiempo, esto representa a un 36 % de las personas que asistirían a las clases de artesanías y el otro porcentaje más alto sería el de las personas que las ven como una posibilidad de negocio, las cuales representan a un 33 %.

Gráfico 6 Cuanto pagaría por las clases de artesanía.



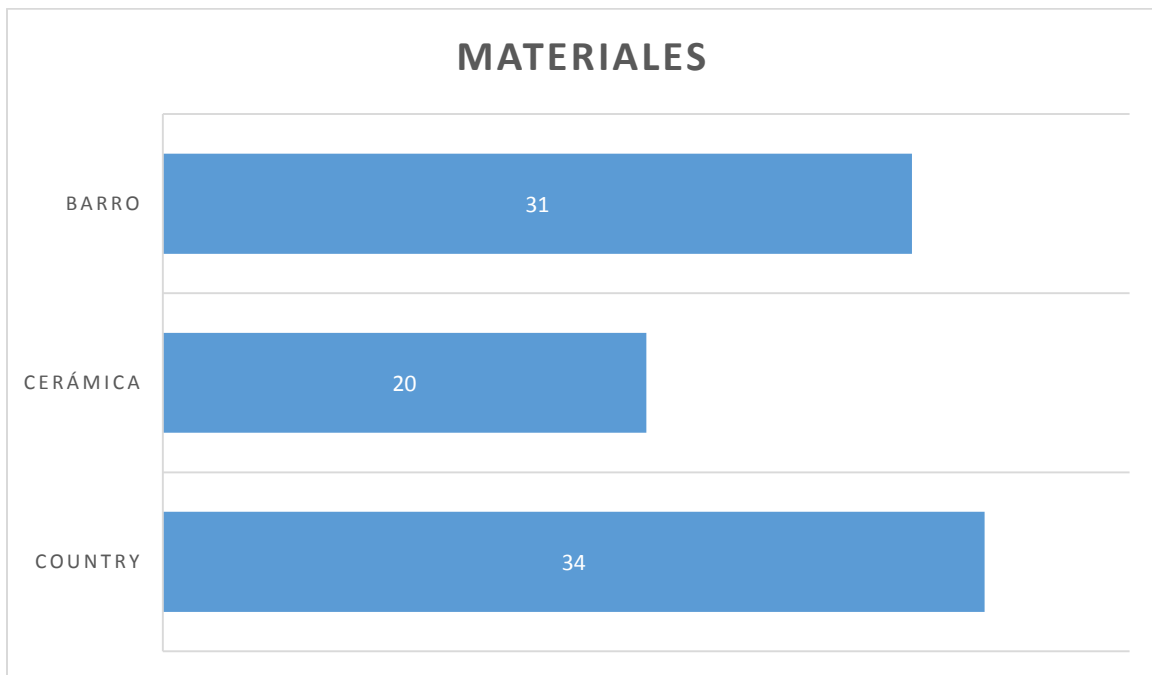
Fuente: Encuesta realizada

Precio	Total
De 1000 a 2000 colones	30 personas
De 4000 a 5000 colones	30 personas
De 6000 a 8000 colones	9 personas

De 8000 a 10000 colones	1 personas
Sumatoria	70 personas

Como se puede ver en el gráfico, las personas estarían dispuestas a pagar de mil a dos mil colones o de cuatro mil a cinco mil colones, lo cual hace que podamos trabajar con los diferentes precios.

Gráfico 7 Tipos de materiales que se utilizarían



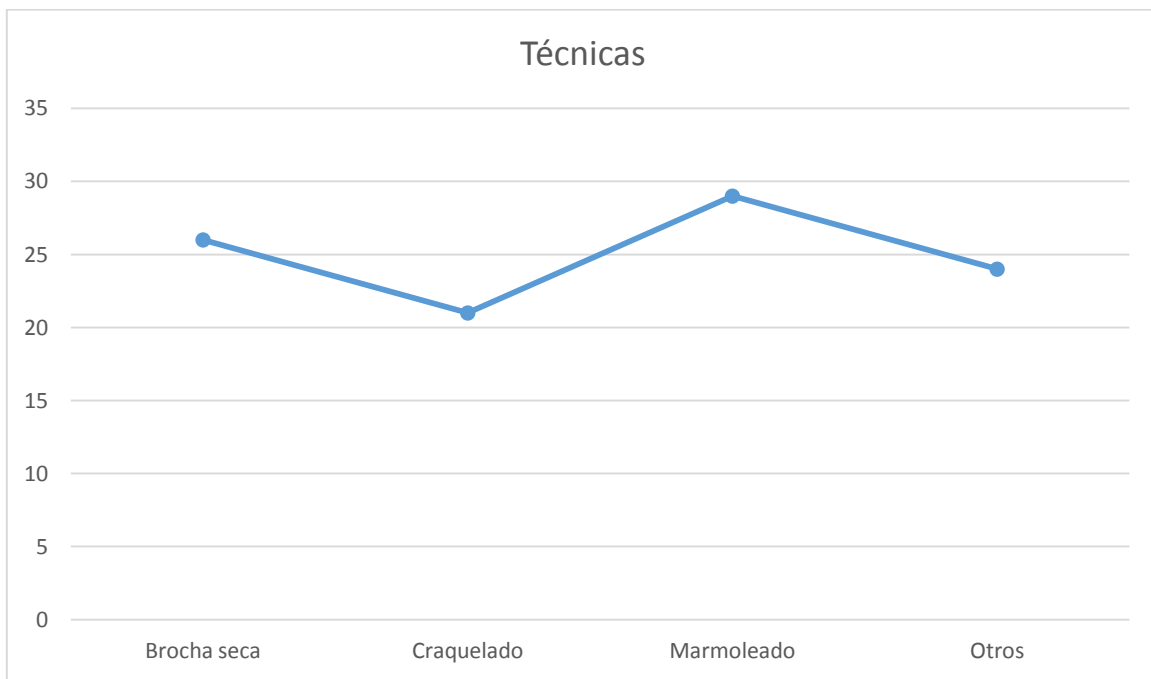
Fuente: Encuesta realizada

Material	Total
Country	24 personas
Cerámica	14 personas

Barro	22 personas
Sumatoria	70 personas

Como se puede ver en el gráfico anterior, a la mayoría de las personas le gustaría trabajar con el *country*, sin embargo también hay una alta demanda para el barro, se podría decir que se podría utilizar los dos materiales.

Gráfico 8 Tipos de técnicas que se utilizarían.



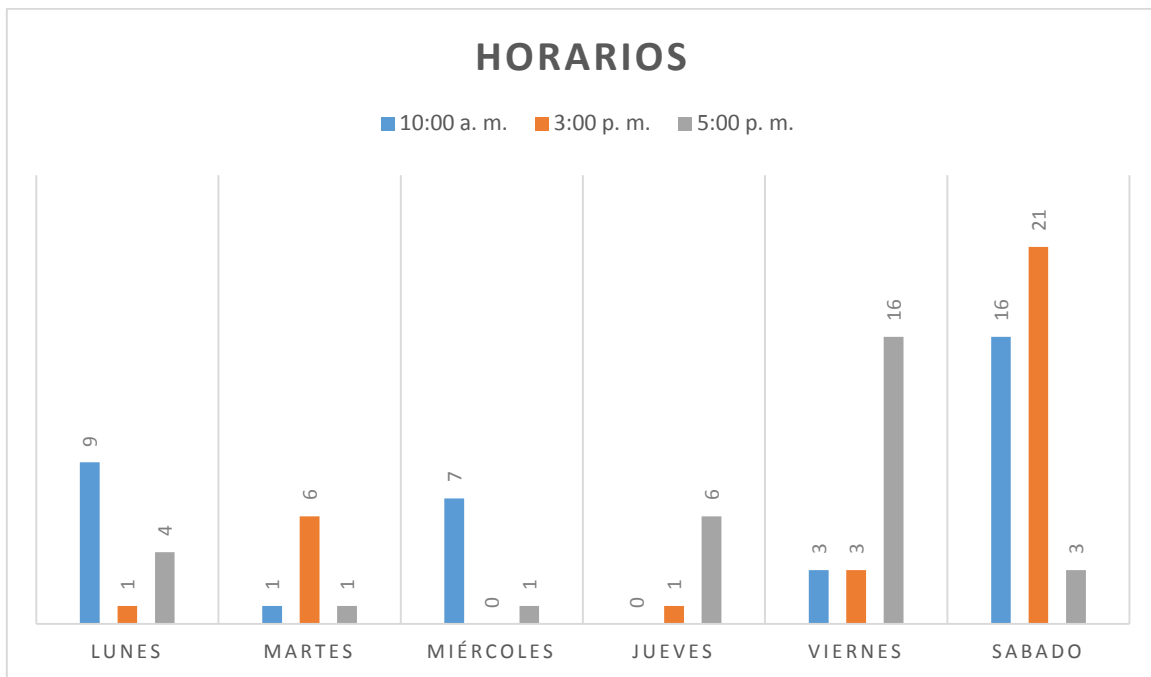
Fuente: Encuesta realizada

Técnica	Total
Brocha seca	18 personas
Craquelado	15 personas

Marmoleado	20 personas
Otras	17 personas
Sumatoria	70 personas

En el gráfico anterior se puede observar que la técnica que le gustaría a las personas es el marmoleado, sin embargo, también se puede decir que la brocha seca tiene una alta demanda.

Gráfico 9 Horarios en los que las personas pueden asistir a clases.



Fuente: Encuesta realizada

Día	10:00 am	3:00 pm	5:00 pm	Total
-----	----------	---------	---------	-------

Lunes	6 personas	1 persona	3 personas	10 personas
Martes	1 persona	4 personas	1 personas	6 personas
Miércoles	5 personas	0 personas	1 persona	6 personas
Jueves	0 personas	1 persona	4 personas	5 personas
Viernes	2 personas	2 personas	11 personas	15 personas
Sábado	11 personas	15 personas	2 personas	28 personas
Sumatoria				70 personas

Se puede apreciar en el gráfico que la mayoría de las personas asistirían los sábados a las 3 de la tarde, sin embargo, hay bastantes personas a las cuales les gustaría asistir el sábado a las 10 de la mañana o el viernes a las 5 de la tarde.

Horarios para las clases de artesanías

Día: Viernes

Hora: 5 pm

El viernes se podría trabajar lo que es la técnica del craquelado en lo que sería el barro, ya que esta técnica va muy bien con este material, fue una de las técnicas que más gustaron, la técnica y el material se complementan.

Día: Sábado

Hora: 10 am

El sábado en la mañana se podría trabajar la técnica del marmoleado en cerámica, ya que es la segunda técnica que más le gusta a la gente y así complacer a la mayoría de personas que llega ese día.

Día: Sábado

Hora: 3 pm

El sábado en la tarde, que es cuando más personas llegarían, se podría trabajar en *country* que es material que más les gusta a las personas trabajar, con la técnica de brocha seca, la cual se complementa muy bien con el tipo de material que se estaría usando en esa clase.

Costos

Material: ₡1.000 a ₡2.000 por clase

Pinturas: ₡500 por clase

Pinceles: no aplica

Profesoras: ₡1.500 por clase

Salón comunal: ₡60.000 por día.

Café: ₡500 por clase

Escenario I

Cuota	₡2000, por persona por lección de 3 horas
Plazo	16 semanas
Lecciones	48 lecciones de 3 horas cada una.
Cantidad de personas	53 personas

En el escenario I se utilizará una cuota de ₡2.000 colones por persona, independientemente del día en el que se vaya a impartir la clase para ver si se obtienen ganancias.

Con este escenario se obtendría una ganancia semanal de ₡24.000 colones, sumándolo a las ganancias que se obtienen de las ventas de artesanías que son alrededor de ₡125.000 colones por semana se obtendría un total de ganancias por semana de ₡149.000 colones.

Al mes se obtendrían alrededor de ₡596.000 colones de ganancias entre las ventas y las clases que se impartirían, que son ₡500.000 colones en ventas y ₡96.000 colones de las clases, lo cual quiere decir que al cuatrimestre se obtendría en ganancias ₡2.384.000 colones de los cuales son ₡2.000.000 colones en ventas y ₡384.000 en clases.

Escenario II

Cuota	₡3.500 colones por persona por lección de 3 horas
Plazo	16 semanas
Lecciones	48 lecciones de 3 horas cada una.
Cantidad de personas	53 personas

En el escenario II se utilizará una cuota de ₡3.500 colones por persona, independientemente del día en el que se vaya a impartir la clase para ver si se obtienen ganancias.

A diferencia del primer escenario en este se está aumentando la cuota ₡1.500 colones por persona, es un precio intermedio que las personas podrían pagar por la clase, se puede decir que con esta cuota se obtendrían más ganancias por las clases y venta de artesanías.

Con este escenario se obtendría una ganancia semanal de ₡103.500 colones, sumándolo a las ganancias que se obtienen de las ventas de artesanías que son alrededor de ₡125.000 colones por semana se obtendría un total de ganancias por semana de ₡228.500 colones.

Al mes se generarían alrededor de ₡914.000 colones de ganancia entre las ventas y las clases que se impartirían, que son ₡500.000 colones en ventas y ₡414.000 colones de las clases, lo cual quiere decir que al cuatrimestre se obtendría en ganancias ₡3.656.000 colones de los cuales son ₡2.000.000 colones en ventas y ₡1.656.000 en clases.

Escenario III

Cuota	₡5.000 colones por persona por lección de 3 horas
Plazo	16 semanas
Lecciones	48 lecciones de 3 horas cada una.
Cantidad de personas	53 personas

En el escenario III se estará utilizando una cuota de ₡5.000 colones por persona, independientemente del día en el que se vaya a impartir la clase para ver si se obtienen ganancias.

El ultimo escenario se utilizó una cuota un poco más elevada que fue de ₡5.000 colones por persona por clase, lo cual hace que las ganancias sean un mayores en comparación con los escenarios anteriores, lo cual va a genera más rentabilidad para ellas.

Con este escenario se obtendría una ganancia semanal de ₡183.000 colones, sumándolo a las ganancias que se obtienen de las ventas de artesanías que son alrededor de ₡125.000 colones por semana se obtendría un total de ganancias por semana de ₡308.000 colones.

Al mes se obtendrían alrededor de ₡1.232.000 colones de ganancia entre las ventas y las clases que se impartirían, que son ₡500.000 colones en ventas y ₡732.000 colones de las clases, lo cual quiere decir que al cuatrimestre se obtendría en ganancias ₡4.928.000 colones de los cuales son ₡2.000.000 colones en ventas y ₡2.928.000 en clases.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Respecto al objetivo número uno, tiene que ver con la cantidad de personas que asistirán a las clases, con base en las encuestas que se realizaron se puede decir que alrededor de 53 personas están interesadas en las clases de artesanías, la mayoría de las personas que asistirían a las clases son mujeres de edades entre los 10 años y los 60 años, hombres también asistirían a clases, pero no son tantos como las mujeres que les gusta asistir a este tipo de actividades que se realizan para bien social.

Con respecto al objetivo número dos, que tiene que ver con el taller para ver si este puede satisfacer la de demanda, se puede ver que las personas que están interesadas en las clases están interesadas la mayoría en los días de fin de semana por lo cual sábado y domingo son los mejores días, se puede cumplir con las peticiones de las personas al igual que los días que las personas quieren.

Se puede ver que muchas personas asistirían a estas clases por que la ven como un tipo de negocio, o sea adquirir conocimientos en la clase para luego sacarles provecho y tal vez en un futuro montarse su propio negocio de artesanías, a la vez Mayeve está haciendo una orden de labor social para ayudar a las personas.

Con respecto al tercer objetivo, se quiere saber el precio por clase, el cual andaría alrededor de tres mil quinientos colones por persona por clase incluyendo el precio de la clase, las pinturas, pinceles y un pequeño refrigerio que se les estaría dando a las personas durante las clases para que las personas compartan un rato.

Con respecto al cuarto y último objetivo, que tiene que ver con las utilidades, para ver si estas impactan las utilidades de la empresa, si la clase cuesta tres mil quinientos colones por persona, al mes se obtendrían alrededor de novecientos catorce mil colones de ganancia entre las ventas y las clases que se impartirían, que son quinientos mil colones en ventas y cuatrocientos catorce mil colones de las clases, lo cual quiere decir que al cuatrimestre se obtendría en ganancias tres millones seiscientos cincuenta y seis mil colones de los cuales son dos millones de colones en ventas y un millón seiscientos cincuenta y seis mil colones en clases.

El costo del salón comunal por día hace que los costos por clase por persona que asista a la clase se eleven mucho ya que cada persona tendría que pagar de ₡2.000 a ₡3.000 colones solo por el alquiler del salón comunal, lo cual hace que el proyecto no sea muy factible.

Debido a que el salón comunal tiene un costo muy alto, hace que la clase se vuelva más cara y las personas tengan que pagar más, hay muchas personas que no podrían pagar más de ₡2.000 colones por clase, lo cual hace que muchas de estas no puedan asistir ya que solo el costo del salón saldría en ₡2.000 colones por persona, más los materiales. El costo de la clase se hace muy elevado e imposibilita la asistencia, por lo que menos personas asistirían a las clases.

Una opción que también se debería tomar en cuenta sería no abrir el viernes porque las lecciones son más caras y si no se impartieran las ganancias para ellas aumentarían aún más.

5.2 RECOMENDACIONES

Con respecto al primer objetivo, se recomienda que se creara algún tipo de publicidad para que más personas de la comunidad sepan acerca de las clases y puedan asistir , ya que no todas las personas de la comunidad fueron tomadas en cuenta para el proyecto, por lo que muchas no saben acerca de las clases.

Con respecto al objetivo número dos, entre más personas sepan de las clases más trabajo va a ser para las profesoras y dueñas de la pyme, por lo cual se recomendaría abrir otros días. En cuanto más personas lleguen a las clases, más días se van a tener que impartir clases para satisfacer la demanda.

En cuanto al objetivo número tres, el precio de las clases puede bajar en cuanto más personas lleguen, el negocio es creciente, por lo que el precio se puede bajar en cuanto más personas asistan.

En cuanto al último objetivo, para obtener más ganancias, se puede ver que el alquiler del salón comunal tiene un costo bastante elevado, de ₡65.000 por día, los cuales habría que dividir entre la cantidad de alumnos que lleguen y aun así puede que no muchas personas lleguen porque se les dificulta. Este costo por el alquiler del salón comunal hace que el precio por clase también suba y hay personas que no podrían o que no querrían asistir a las clases, ya que muchas de estas no pueden pagar más de ₡1.000 o ₡2.000 por clase.

Por esta razón, lo que se recomendaría es buscar un lugar que sea céntrico, pero con un costo que no sea tan alto, para que el costo o el precio que se estaría ofreciendo a los clientes no fuera excesivamente alto, que se pueda motivar a más personas y que sean más los que puedan asistir los diferentes días.

BIBLIOGRAFÍA

Currículo Nacional Base Guatemala (2015). Lista de cotejo. Disponible en:

[http://cnbguatemala.org/index.php?title=Lista_de_cotejo_\(Herramienta_pedag%C3%BAgi](http://cnbguatemala.org/index.php?title=Lista_de_cotejo_(Herramienta_pedag%C3%BAgi)

Fernández (2011). Proceso de planificación presupuestaria en la Alcaldía del municipio

Carache Estado Trujillo. Perú. Disponible en:

http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_arquivos/25/TDE-2012-09-19T05:32:55Z-

[1671/Publico/fernandezgenesis.pdf](http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_arquivos/25/TDE-2012-09-19T05:32:55Z-1671/Publico/fernandezgenesis.pdf)

Gerencie (2017). Utilidad operacional. Disponible en: [http://www.gerencie.com/utilidad-](http://www.gerencie.com/utilidad-operacional.html)

[operacional.html](http://www.gerencie.com/utilidad-operacional.html)

Hernández R, Fernández C. y Batista P. (2010). Metodología de la Investigación. 5 Ed.

México: McGraw Hill.

Hernández R., Fernández C. y Batista P. (2014). Metodología de la Investigación. 6 Ed.

México: McGraw Hill.

Herrera V. y Lazo J. (2014). Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de

producción y comercialización de jeans “Fashion Jeans” en la ciudad de Cueca.

Ecuador. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS->

[CT003599.pdf](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf)

Jumbo (2013). Análisis de la rentabilidad económica y financiera en la cooperativa de

ahorro y crédito “27 de abril” de la ciudad de Loja, periodos 2010 – 2011. Ecuador.

Disponible en:

file:///C:/Users/meryj_000/Desktop/TESIS%20LISTA%20DE%20IMPRIMIR%20
ANDREA.pdf

La voz de Houston (2017). ¿Qué significa el término margen de utilidad? Disponible en:

<http://pyme.lavoztx.com/qu-significa-el-trmino-margen-de-utilidad-12608.html>

Macas y Luna (2010). Análisis de rentabilidad económica y financiera y propuesta de
mejoramiento en la empresa comercializadora y exportadora de bioacuáticos
“COEXBI S.A” del cantón Huaquillas en los periodos contables 2008 – 2009.

Ecuador. Disponible en:

[https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1388/1/tesis%20ing.%20en%20
contabilidad.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1388/1/tesis%20ing.%20en%20contabilidad.pdf)

Rankia (2017) ¿Qué es Utilidad? Utilidad neta, bruta y operacional. Disponible en:

[https://www.rankia.mx/blog/analisis-ipc/2766281-que-utilidad-neta-bruta-
operacional](https://www.rankia.mx/blog/analisis-ipc/2766281-que-utilidad-neta-bruta-operacional)

Recursos y Negocios (2017) ¿Qué es rentabilidad y utilidad de un negocio? Disponible en:

<http://www.recursosynegocios.com/que-es-la-rentabilidad-y-utilidad-de-un-negocio/>

Rodríguez, L. (2012). Análisis de estados financieros. (1a. Ed.) México. McGraw-Hill
Interamericana.

Rodríguez N. (2011). Estudio de la factibilidad para la creación y apertura de un restaurante
de comida típica denominado Sabor Criollo en San Antonio de Belén para el primer
semestre del 2011. Costa Rica

Rojas G. (2011). Analizar la factibilidad del endeudamiento de la empresa CVG Aluminios
Nacionales S.A. Costa Rica.

Wikipedia (2017). Variable estadística. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Variable_estad%C3%ADstica

Wikipedia (2017). La Uruca. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/La_Uruca

Wikipedia (2017). Hoja de verificación. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Hoja_de_verificaci%C3%B3n

Wikipedia (2017). Pequeña y mediana empresa. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa

GLOSARIO

Rentabilidad: es la comparación de las ganancias obtenidas y los recursos propios invertidos para obtener los beneficios.

Utilidades: es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos

ANEXOS

Pymes Banca Kristal

Apoyamos el desarrollo de los sueños empresariales de nuestras clientas Kristal

Es un crédito que está disponible en el momento que lo requiera y además tiene la capacidad de adaptarse a las múltiples necesidades de la mujer de hoy. Para estar tranquila en sus decisiones financieras nuestras consejeras Kristal le brindarán todo el apoyo necesario para que usted quede satisfecha con su decisión.

Contamos con un servicio de asistencia, que le brinda apoyo oportuno las 24 horas del día.

Facilitamos herramientas y asesoría empresarial

La participación de las mujeres en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) se ha venido incrementando de forma importante y su entrada al mercado nacional ha elevado los niveles de ingresos, mejorando las vidas de sus familias y ayudando a estabilizar sus comunidades. Por esta razón, estas empresas necesitan cada vez más financiamiento para convertirse en grandes empresas, para procurar también que su impacto social positivo pueda crecer y beneficiar a más personas.

- Necesidad:**
 - › Capital de trabajo.
 - › Inversión en activo productivo.
 - › Inversión en activo fijo.
 - › Consolidación de deudas.
 - › Recuperación del capital invertido.
 - › Otros planes de inversión aceptados por el BCR.

- Moneda:**
 - › Colones.
 - › Dólares. En dólares aplica para micros, pequeñas y medianas empresas generadoras de divisas.

- Garantía:** Hipoteca, prenda, fianza, títulos valores.

- Pólizas:** Las que corresponda según normativa vigente.

- Comisiones:**
 - › Formalización: 2 %.
 - › Comisión por pago anticipado: 3 %

**Otras
condiciones:**

- › Tener Cuenta Kristal.
- › Afiliada a Web Kristal bancakristal.com.
- › Cargo automático de pago del préstamo.
- › Al menos 2 cargos automáticos de servicios públicos.
- › La postulante para este crédito debe ser calificado de previo como Micro, Pequeña o Mediana Empresa.
- › Llenar los formularios del BCR.
- › Todo estudio de crédito debe ir acompañado de un estudio para verificar la información de la MIPYME, capacidad de pago y de la necesidad.

Escenario I

Semana 1				Semana 2			Semana 3			Semana 4		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	-	17.000	1.500	24.000	7.000	22.500	48.000	31.000	46.500	72.000	55.000	70.500
Ingresos												
Clase	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	64.000	47.000	72.500	88.000	71.000	96.500	112.000	95.000	120.500	136.000	119.000	144.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Caja Final	- 17.000	- 1.500	24.000	7.000	22.500	48.000	31.000	46.500	72.000	55.000	70.500	96.000

Semana 5				Semana 6			Semana 7			Semana 8		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	96.000	79.000	94.500	120.000	103.000	118.500	144.000	127.000	142.500	168.000	151.000	166.500

Ingresos												
Clase	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	160.000	143.000	168.500	184.000	167.000	192.500	208.000	191.000	216.500	232.000	215.000	240.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Caja Final	79.000	94.500	120.000	103.000	118.500	144.000	127.000	142.500	168.000	151.000	166.500	192.000

	Semana 9			Semana 10			Semana 11			Semana 12		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	192.000	175.000	190.500	216.000	199.000	214.500	240.000	223.000	238.500	264.000	247.000	262.500
Ingresos												
Clase	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	256.000	239.000	264.500	280.000	263.000	288.500	304.000	287.000	312.500	328.000	311.000	336.500
Egresos												

Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Caja Final	175.000	190.500	216.000	199.000	214.500	240.000	223.000	238.500	264.000	247.000	262.500	288.000

	Semana 13			Semana 14			Semana 15			Semana 16		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	288.000	271.000	286.500	312.000	295.000	310.500	336.000	319.000	334.500	360.000	343.000	358.500
Ingresos												
Clase	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000	32.000	32.000	42.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	352.000	335.000	360.500	376.000	359.000	384.500	400.000	383.000	408.500	424.000	407.000	432.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Caja Final												

	271.000	286.500	312.000	295.000	310.500	336.000	319.000	334.500	360.000	343.000	358.500	384.000
--	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	----------------

Escenario II

Semana 1			Semana 2			Semana 3			Semana 4		
Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde

Caja Inicial	-	7.000	46.500	103.500	110.500	150.000	207.000	214.000	253.500	310.500	317.500	357.000
Ingresos												
Clase	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000
Caja Final	7.000	46.500	103.500	110.500	150.000	207.000	214.000	253.500	310.500	317.500	357.000	414.000

	Semana 5			Semana 6			Semana 7			Semana 8		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	414.000	421.000	460.500	517.500	524.500	564.000	621.000	628.000	667.500	724.500	731.500	771.000
Ingresos												
Clase	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000

Total Ingresos	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000
Caja Final	421.000	460.500	517.500	524.500	564.000	621.000	628.000	667.500	724.500	731.500	771.000	828.000

	Semana 9			Semana 10			Semana 11			Semana 12		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	828.000	835.000	874.500	931.500	938.500	978.000	1.035.000	1.042.000	1.081.500	1.138.500	1.145.500	1.185.000
Ingresos												
Clase	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000

Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000
Caja Final	835.000	874.500	931.500	938.500	978.000	1.035.000	1.042.000	1.081.500	1.138.500	1.145.500	1.185.000	1.242.000

	Semana 13			Semana 14			Semana 15			Semana 16		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	1.242.000	1.249.000	1.288.500	1.345.500	1.352.500	1.392.000	1.449.000	1.456.000	1.495.500	1.552.500	1.559.500	1.599.000
Ingresos												
Clase	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500	56.000	56.000	73.500
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500	88.000	88.000	105.500
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000	7.000	39.500	57.000
Caja Final												

	1.249.000	1.288.500	1.345.500	1.352.500	1.392.000	1.449.000	1.456.000	1.495.500	1.552.500	1.559.500	1.599.000	1.656.000
--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Escenario III

	Semana 1			Semana 2			Semana 3			Semana 4		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	-	31.000	94.500	183.000	214.000	277.500	366.000	397.000	460.500	549.000	580.000	643.500
Ingresos												
Clase	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000

Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500
Caja Final	31.000	94.500	183.000	214.000	277.500	366.000	397.000	460.500	549.000	580.000	643.500	732.000

	Semana 5			Semana 6			Semana 7			Semana 8		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	732.000	763.000	826.500	915.000	946.000	1.009.500	1.098.000	1.129.000	1.192.500	1.281.000	1.312.000	1.375.500
Ingresos												
Clase	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000
Egresos												
	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	

Pinturas												8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500
Caja Final	763.000	826.500	915.000	946.000	1.009.500	1.098.000	1.129.000	1.192.500	1.281.000	1.312.000	1.375.500	1.464.000

	Semana 9			Semana 10			Semana 11			Semana 12		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	1.464.000	1.495.000	1.558.500	1.647.000	1.678.000	1.741.500	1.830.000	1.861.000	1.924.500	2.013.000	2.044.000	2.107.500
Ingresos												
Clase	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón												

	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500
Caja Final	1.495.000	1.558.500	1.647.000	1.678.000	1.741.500	1.830.000	1.861.000	1.924.500	2.013.000	2.044.000	2.107.500	2.196.000

Semana 13				Semana 14			Semana 15			Semana 16		
	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde	Viernes	Sábado mañana	Sábado tarde
Caja Inicial	2.196.000	2.227.000	2.290.500	2.379.000	2.410.000	2.473.500	2.562.000	2.593.000	2.656.500	2.745.000	2.776.000	2.839.500
Ingresos												
Clase	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000	80.000	80.000	105.000
Material	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
Total Ingresos	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000	112.000	112.000	137.000
Egresos												
Pinturas	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Café	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Salón	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500	65.000	32.500	32.500
Total Egresos	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500	81.000	48.500	48.500
Total												

	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500	31.000	63.500	88.500
Caja Final	2.227.000	2.290.500	2.379.000	2.410.000	2.473.500	2.562.000	2.593.000	2.656.500	2.745.000	2.776.000	2.839.500	2.928.000 0