

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACION FINANCIERA



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA COMO
HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN FINANCIERA A MICROEMPRESARIOS DE
ACUMULACIÓN AMPLIADA DEL DISTRITO DE SAN VICENTE”.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

LICDA. ROXANA DEL CARMEN HERNÁNDEZ JAIMEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

FEBRERO DE 2025

SAN VICENTE, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : M.Sc. JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO : M.Sc. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTORIA ACADEMICA : DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA

SECRETARIO GENERAL : LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL

DECANO : M.Sc. JOSÉ MARTÍN MONTOYA POLÍO

VICEDECANA : M.Sc. MAIRA CAROLINA MOLINA DE LÓPEZ

SECRETARIO : M.Sc. EDWIN RAÚL AGUILAR RIVAS

ADMINISTRADORA ACADÉMICA : M.Sc. BENIGNA LORENA MARTÍNEZ

TRIBUNAL EXAMINADOR : M.Sc. JOSÉ MARCELO CÁRCAMO CRUZ
M.Sc. LUIS ERNESTO PAZ QUINTANILLA
M.Sc. SANTIAGO ALEXANDER ANDRADE

FEBRERO DE 2025

SAN VICENTE

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

DEDICATORIA

Dedico mi tesis con toda la humildad de mi corazón principalmente a Dios, por darme la fortaleza y sabiduría necesaria para culminar esta meta y estar ahí cuando estaba a punto de caer.

A mi hijo Leonardo Hernández, quien es la razón de mi vida y mi mayor motivación para triunfar; para que cada una de mis metas alcanzadas le queden como ejemplo.

A mi padre Leonardo Hernández Q.D.E.P. aunque sé que él no está presente, se sentiría orgulloso de que yo culmine una meta más y darse cuenta hasta donde he llegado.

A mi madre Cristina Jaime por su amor incondicional, sus palabras de aliento, oraciones que a diario se convierten en bendiciones y que a lo largo de mi vida me protegen y me lleva por un mejor camino.

Y dedicada a todos aquellos que trabajamos incansablemente para cumplir los sueños y hacerlos realidad.

Licda. Roxana del Carmen Hernández Jaimez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por protegerme durante todo este proceso, darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida; y porque sé que nunca me ha dejado sola.

¡Te amo Dios!

A mi hijo Leonardo Hernández que ha sido mi inspiración para culminar mi carrera y tesis, te agradezco por esa paciencia que me has tenido y a veces no dedicarte el tiempo para salir a compartir entre madre e hijo. Pero no olvides que Te amo con todo mi corazón *Lyo* de mi vida.

A mi madre Cristina Jaime, por estar ahí pendiente a qué horas iba a cenar, si me faltaba mucho para terminar las tareas y los avances en la tesis, por quedarse en reiteradas ocasiones haciendo vigilia mientras elaboraba el presente trabajo, gracias por hacerme compañía. Te amo mamá.

A mi asesor de tesis, Maestro Santiago Andrade, por su paciencia, asesoría en cada etapa del proceso de investigación y haber contribuido con sus consejos y conocimientos para culminar con éxito mi carrera.

A mi alma Mater la Universidad de El Salvador por permitirme formarme como una profesional responsable y competitiva.

A mis docentes que estuvieron presentes a lo largo del desarrollo de esta Maestría, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por prepararnos para un futuro competitivo no solo como los mejores profesionales sino también como mejores personas.

Licda. Roxana del Carmen Hernández Jaimez

INDICE

INTRODUCCION	11
CAPITULO I: Problema de Investigación	13
1.1. Problema de Investigación	13
1.2. Objetivos Generales y Específicos	18
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	18
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>	18
1.3. Justificación.....	18
CAPITULO II. Marco Teórico	20
2.1. Definiciones	20
2.2. Desarrollo de la Microempresa en El Salvador.....	21
2.3. Clasificación de la Microempresa	22
2.4. Normativa Legal de la Microempresa y la Educación Financiera	23
2.5. Situación Actual de la Microempresa en El Salvador.....	24
2.6. La Política Nacional de Inclusión Financiera y la Estrategia Nacional de Educación Financiera Impulsando a las MYPES.....	26
2.6.1. Política nacional de inclusión financiera	26
2.6.2. Estrategia nacional de educación financiera	28
CAPITULO III: Metodología de Investigación	30
3.1. Método de Investigación	30

3.2. Enfoque de la Investigación	30
3.3. Alcance y Diseño de la Investigación	30
3.4. Unidades de Investigación	31
3.5. Técnicas para Recolectar Información	31
3.6. Procesamiento de la Investigación	32
CAPITULO IV: Análisis y Resultados de la Investigación.....	33
4.1. Análisis de Resultados de Encuesta a Microempresarios	33
4.2. Análisis de Resultados de Encuesta a Instituciones Financieras.....	53
4.3. Propuesta de un Plan de Educación Financiera para Microempresarios de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente.....	64
4.3.1. <i>Plan de educación financiera para microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente.....</i>	65
CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones	118
5.1. Conclusiones	118
5.2. Recomendaciones.....	120
REFERENCIAS.....	122
ANEXOS.....	125

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Distribución de microempresarios encuestados por género.....</i>	34
Figura 2. <i>Nivel Académico de los microempresarios encuestados.....</i>	35
Figura 3. <i>Distribución por actividad económica.....</i>	36
Figura 4. <i>Fuente de financiamiento con la que trabajan los microempresarios.....</i>	37
Figura 5. <i>Instituciones financieras que brinda financiamiento a los microempresarios.</i>	38
Figura 6. <i>Motivo para iniciar el negocio los microempresarios.</i>	39
Figura 7. <i>Años de operar el negocio de los microempresarios</i>	40
Figura 8. <i>Tipo de registros que llevan en el negocio los microempresarios</i>	41
Figura 9. <i>Principales retos que la empresa ha enfrentado en la gestión financiera del negocio de los microempresarios</i>	42
Figura 10. <i>Si la empresa se ha encontrado con dificultades financieras</i>	43
Figura 11. <i>Factores que han impulsado las dificultades financieras</i>	44
Figura 12. <i>Tipo de conocimientos que tienen los microempresarios sobre finanzas</i>	45
Figura 13. <i>El personal que labora en el negocio ha sido capacitado sobre Educación Financiera.....</i>	46
Figura 14. <i>Necesidad que el personal y el propietario que labora en el negocio participen en un Plan de Educación Financiera</i>	47
Figura 15. <i>Modalidad preferida para llevar un plan de Educación Financiera.....</i>	48
Figura 16. <i>Temáticas de interés sobre Educación Financiera</i>	49
Figura 17. <i>Efectividad de un programa sobre Educación Financiera</i>	50
Figura 18. <i>Factores que motivarían a los microempresarios a participar activamente en programas de Educación Financiera.</i>	51

Figura 19. <i>Importancia de la Educación Financiera.</i>	52
Figura 20. <i>Productos financieros más solicitados por empresarios del distrito de San Vicente</i>	54
Figura 21. <i>Conocimiento de los microempresarios de las condiciones de las líneas a las que tienen acceso</i>	55
Figura 22. <i>Importancia de la Educación Financiera para los microempresarios</i>	56
Figura 23. <i>Se les brinda capacitación a los microempresarios en Educación Financiera</i>	57
Figura 24. <i>Principales retos que enfrentan los microempresarios en la Gestión Financiera...</i>	59
Figura 255. <i>Apreciación sobre mejora en la Gestión Financiera de los Microempresarios, luego de participar en programas de Educación Financiera.</i>	60
Figura 266. <i>Impacto de la Educación Financiera en la Gestión sostenible de los microempresarios.</i>	61
Figura 27. <i>Impacto de la falta de Educación Financiera de los microempresarios en las instituciones financieras</i>	62

RESUMEN

En el presente estudio se desarrolla un Plan de Educación Financiera como una herramienta de inclusión financiera para los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente. En la investigación se utilizó un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) de tipo descriptivo, la técnica empleada fue una encuesta realizada a quince microempresarios a través de un muestreo dirigido, filtrado por una base proporcionada por CONAMYPE relacionado al rango de ventas realizadas en el año, además se utilizó cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas dirigidos a cuatro jefes de agencia de instituciones financieras; los datos obtenidos fueron procesados y analizados a través de herramientas digitales como Microsoft Word para la sistematización, además se utilizó la herramienta web *Google Forms* y se procesó a través de Microsoft Excel. Los datos obtenidos en la investigación permiten concluir que para los microempresarios es importante el tema de la Educación Financiera, pero hay áreas que deben fortalecer para que tomen decisiones apropiadas en sus negocios, asimismo deja en evidencia que los microempresarios no cuentan con procesos formativos, que se han encontrado con dificultades financieras por disminución de ventas y mala administración; por lo que ellos ven muy efectivo y la necesidad de participar en un Plan de Educación Financiera obteniendo al finalizar el programa un reconocimiento o certificación y que haya flexibilidad en los horarios.

Palabras clave: educación financiera, inclusión financiera, microempresarios, instituciones financieras, acumulación ampliada, procesos formativos.

ABSTRACT

In the present study, a Financial Education Plan is developed as a financial inclusion tool for microentrepreneurs with expanded accumulation in the San Vicente district. The research used a mixed approach (qualitative and quantitative) of a descriptive type, the technique used was a survey carried out on quince microentrepreneurs through directed sampling, filtered by a database provided by CONAMYPE related to the range of sales made in the year. In addition, questionnaires were used with open and closed questions addressed to four agency heads of financial institutions; The data obtained was processed and analyzed through digital tools such as Microsoft Word for systematization, in addition the Google Forms web tool was used and processed through Microsoft Excel. The data obtained in the research allows us to conclude that the topic of Financial Education is important for microentrepreneurs, but there are areas that must be strengthened so that they can make appropriate decisions in their businesses. It also makes it clear that microentrepreneurs do not have training processes, which have encountered financial difficulties due to decreased sales and poor management; Therefore, they see the need to participate in a Financial Education Plan as very effective, obtaining recognition or certification at the end of the program and having flexibility in schedules.

Keywords: Financial Education, Financial Inclusion, Microentrepreneurs, Financial Institutions, Expanded Accumulation, Training Processes.

INTRODUCCION

La educación financiera en el mundo, surgió a iniciativa de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), en respuesta a las inquietudes de diversos países suscritos a ésta organización, quienes estaban preocupados del analfabetismo financiero que presentaban los ciudadanos, lo cual provoca que tomen muchas veces decisiones no eficaces relacionadas al manejo de efectivo, así como también el estancamiento o poco crecimiento económico a causa del insuficiente apoyo a las medidas económicas para impulsar el desarrollo o la participación en los mercados financieros de las familias. Cabe mencionar que El Salvador, también es miembro de la OCDE, y desde el 2003 está suscrito han tenido avances significativos acatando parcialmente las recomendaciones hechas por la organización, debido a que en la actualidad faltan planes para ejecutar la Estrategia Nacional de Educación Financiera y las Normas Técnicas para la Remisión de Información de Programas o Iniciativas de Educación Financiera.

Bajo ese contexto, el presente trabajo de investigación titulado “Propuesta de un plan de educación financiera como herramienta de inclusión financiera a microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente”, por lo que este estudio tiene como objetivo conocer la importancia, el grado de conocimiento en temas de Educación Financiera que poseen los microempresarios y la necesidad que presentan de participar en un programa de Educación Financiera.

En el primer capítulo, abordaremos el problema de investigación, los objetivos generales y específicos, la justificación. En el segundo capítulo, nos sumergiremos en el marco teórico, que brinda información esencial relacionada a la temática de interés, y permite tener un marco referencial para la comprensión de las diferentes aristas que se encuentran inmersas en el trabajo

de investigación en el que incluye definiciones, el desarrollo de la microempresa en El Salvador, la clasificación de la microempresa, la normativa legal que la rigen, situación actual, análisis de las MYPES y la Educación Financiera para el desarrollo de las MYPES. El tercer capítulo detallará la metodología de investigación, incluyendo el método y enfoque de investigación, el alcance y diseño, las unidades de investigación (Microempresarios y Jefes de Instituciones Financieras), las técnicas de recolección de información y el procesamiento de la misma.

El cuarto capítulo se centrará en el análisis de los resultados, incluyendo un diagnóstico integral del conocimiento, importancia y la necesidad que tienen los microempresarios de ser parte de un Plan de Educación Financiera desde el punto de vista de los jefes de agencia de instituciones financieras, así como de los mismos microempresarios. Asimismo, se realiza un desglose de los análisis de los resultados obtenidos de las encuestas y cuestionarios suministrados. Además, se incluye una Propuesta de un Plan de Educación Financiera para microempresarios de Acumulación Ampliada para el distrito de San Vicente.

En el quinto capítulo, se presentarán las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, con el objetivo de proporcionar información valiosa a los microempresarios y que facilite la toma de decisiones oportunas y adecuadas en el manejo de la operatividad del negocio.

CAPITULO I: Problema de Investigación

1.1.Problema de Investigación

La educación financiera tuvo sus orígenes en el siglo XVIII cuando diferentes corrientes de especialistas abordaron la temática al analizar el modo de vida de las familias mediante la observación de sus presupuestos.

Para 1855 el sociólogo Frédéric Le Play, David Davies y el economista Ernesto Engel comenzaron a discutir qué teoría de gobierno era más conveniente, y esto lo lograría por medio de la observación de los hechos. Asimismo, consideraba que las estadísticas que realizan los gobiernos solo proveían información sobre la esfera pública. En este sentido afirmó que “Los resultados oficiales concernientes al conjunto de un país hacen abstracción de todas las consideraciones que sólo se relacionan accesoriamente al hecho que interesa a la autoridad pública. Por lo que, frente a esta problemática, Le Play formula su propio método y propone estudiar la vida en familia y sus decisiones diarias. Su método se basaba en la observación de la familia mediante tres ejes fundamentales: el lugar, el trabajo y la gente. Una variable que considera importante en sus investigaciones de campo era el presupuesto familiar. De esta manera el aporte que realiza a la Sociología es significativo al sostener que se puede tener un conocimiento completo de una familia mediante el análisis de sus ingresos y gastos.

Años más tarde, Ernesto Engel retomó la teoría de Le Play; en donde tomó como base 150 presupuestos de familias belgas y esto dio como resultado que, con un conjunto dado de gustos y preferencias, si aumentan los ingresos, la proporción del ingreso gastado en alimentos disminuye, incluso cuando es posible que el gasto real en alimentos aumente en términos absolutos. Esta teoría luego se tradujo en la Ley de Engel, Davies y Le Play proporcionando el primer gran aporte empírico a la educación financiera. Cada uno de ellos, desde sus disciplinas,

puso en evidencia la importancia del presupuesto familiar y cómo esto afecta a la vida en sociedad,

Posteriormente, para 1862 en Estados Unidos, la promulgación de la Ley Morrill a través de Abraham Lincoln convertiría por primera vez el trabajo teórico y de campo realizado hasta ese momento en políticas públicas aplicadas. La mencionada ley tenía por objetivo otorgar terrenos federales a cada estado con un propósito específico: construir al menos una universidad a la que todos pudieran acceder. La cual promovería el desarrollo regional mediante la formación de ciudadanos en agricultura, economía local y otras prácticas que tenían una gran demanda.

Durante el siglo XX se crearon varias organizaciones con el fin de promover la educación financiera. Junior Achievement, se estableció en 1919 como una organización sin fines de lucro, mediante convenios entre empresas y organizaciones, ofrecían programas a jóvenes donde trabajan temas como la educación financiera, el desarrollo de habilidades laborales, entre otras. En 1995, se creó la organización estadounidense sin fines de lucro, Jump Start Coalition, que promueve la educación financiera mediante recursos didácticos desde el nivel preescolar hasta el universitario. Esta organización propuso abril como el mes de la promoción de la educación financiera en los Estados Unidos, desarrollando en ese período, actividades para generar conciencia sobre la importancia sobre dicha temática.

Durante los primeros años del siglo XXI, y en función a un marco socio-económico internacional cada vez más complejo; organizaciones económicas, organismos internacionales, gobiernos y organizaciones sin fines de lucros se involucran cada vez más en el tema. En 2002 se crea la Oficina de Educación Financiera en los Estados Unidos. En 2003, el Departamento del Tesoro de Estados Unidos funda la Comisión de Alfabetización y Educación Financiera que,

entre sus objetivos, está el de desarrollar y llevar adelante una estrategia nacional. (Muccino, 2014)

En ese mismo año, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), puso en marcha un proyecto de educación financiera con el objetivo de dar una respuesta a la inquietud de los países suscriptores de ésta organización en relación al impacto adverso por los deficientes niveles de educación financiera. (Fuentes Monroy, 2011)

Además, el Banco Mundial emprendió diferentes acciones para evaluar la situación de educación económica y financiera de la población en cada país. En 2008, la creciente tasa de desempleo y la disminución del poder adquisitivo producto de la crisis financiera internacional hizo que los responsables de dirigir acciones de educación financiera tengan que repensar las estrategias planteadas y adoptarlas al nuevo contexto económico y financiero. La crisis de 2008 acentuó el interés en la educación financiera produciendo un considerable, aumentando en la cantidad de programas a nivel mundial e instó a naciones y organismos internacionales a incluir este tema en sus agendas.

Asimismo, en ese mismo año, con el reconocimiento por parte de gobiernos de todo el mundo de la importancia del impulso de la educación financiera para la estabilidad económica y financiera de los países, la OCDE amplía el proyecto con la creación de la Red Internacional de Educación Financiera (INFE) y del Portal Internacional para la Educación Financiera (IGFE). En la actualidad el INFE cuenta con representantes de 97 economías y todos los miembros del G-20, así como 220 organizaciones públicas y privadas de distintos países (Fuentes Monroy, 2011).

En 2010 implementó un Programa mundial de Protección al Consumidor y Educación Financiera. Éste tiene como objetivo ayudar a los países a lograr avances en la protección del consumidor sobre el manejo de los servicios financieros. (Muccino, 2014)

La problemática parte de lo esencial que es la educación financiera en las familias y en los microempresarios, por lo que como inversores de nuestro país deben de estar a la vanguardia con los temas que causan interés en nuestra sociedad salvadoreña.

Es necesario, que de parte de las instituciones involucradas adquieran un mayor compromiso para que nuestros microempresarios practiquen la cultura financiera y esta pueda ser expandida a los diversos rubros.

En la actualidad los niveles de fracaso de las microempresas están asociadas a diferentes factores, los cuales están relacionados con las dificultades para empezar y sostenerse, entendiendo que para surgir en un entorno cada vez más competitivo se requiere habilidades gerenciales, implementación constante de innovación en el producto y procesos, sin descuidar las estrategias de marketing, acciones que requieren de inversión constante.

Las empresas más pequeñas, tienen menos probabilidades de sobrevivir en el mercado, dada sus bajos niveles productivos, tecnológicos y de gestión, condiciones que limitan su capacidad de generar ingresos suficientes para recuperar la inversión hecha y ser rentable.

Pero a pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno salvadoreño, la capacitación de los microempresarios en los servicios financieros que puedan contribuir al crecimiento de sus unidades de negocio no logran su propósito; dado que según la Estrategia Nacional de Educación Financiera de El Salvador y con base a la Encuesta Nacional de Capacidades Financieras manifiesta que el 50% de la población considera el crédito un problema; el 41% de la población no sabe cómo hacer un reclamo o abuso financiero; el 94% no ha recibido educación financiera y

el 68% no sabe enfrentar imprevistos sin endeudarse. En este contexto, resulta fundamental que el sector privado y el sector público trabajen en conjunto o en asocio para la consolidación de los microempresarios como propulsores del crecimiento económico del país. Y para llevar a cabo lo antes mencionado, se deben de promover iniciativas que permitan masificar el acceso y el uso de los productos financieros y, en particular, del crédito para este segmento empresarial.

Considerando que la problemática central que implica bajos niveles de educación financiera de los microempresarios está asociada con los incrementos de los fracasos de emprendimiento, bajos niveles de acceso tecnológico por parte de las empresas, niveles de crecimiento lentos, aumento de uso de créditos extra bancarios, situación que es de alarma, para este sector; se investigó si este factor es común en los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente, se realizó una investigación exploratoria, para conocer cuáles son las áreas a fortalecer y que recursos necesitaran para la aplicación de la educación financiera. Además, la presente problemática nos llevó a realizarnos las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la importancia que los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente, conozcan sobre la educación financiera?
- ¿Qué áreas de mejora necesitan fortalecer los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente, relacionada a la educación financiera?
- ¿Qué recursos necesitan los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente para la aplicación de la educación financiera?

1.2. Objetivos Generales y Específicos

1.2.1. Objetivo general

Proponer un plan de educación financiera como herramienta de inclusión de los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente

1.2.2. Objetivos específicos

- Conocer la importancia de la educación financiera para los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente.
- Identificar qué áreas necesitan fortalecer relacionada a la educación financiera los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente.
- Identificar que recursos necesitan para aplicar la educación financiera los microempresarios del segmento de acumulación ampliada del distrito de San Vicente.

1.3. Justificación

La educación financiera es muy importante en la vida de toda persona, debido a que permite identificar cuáles son las ventajas, los riesgos que se pueden enfrentar al momento de hacer uso de las finanzas, para tomar decisiones y acceder a mejores oportunidades; por lo que el no contar con conocimiento financiero puede hacer que la vida o los negocios que se emprendan sean aún mucho más difícil.

Con base a la Estrategia Nacional de Educación Financiera en El Salvador el motor de la economía de nuestro país lo representa el 99% del sector empresarial el cual contribuye el 31.3% del mercado laboral; y se tiene un 60.8% de microempresas a nivel nacional; lo que implica que es un alto porcentaje de personas que son parte de este rubro, quienes se enfrentan a diversas barreras y los emprendimientos en materia de

financiamiento, las cuales están relacionadas con elevados costos financieros, exceso de trámites o procesos burocráticos, fracasos en sus emprendimientos, bajos niveles de acceso tecnológico y muy bajos montos en los créditos aprobados.

Bajo este contexto, a pesar que se tiene una normativa legal vigente sobre educación financiera para personas emprendedora y microempresarios, pero a la fecha hay mucha inequidad financiera y eso se debe a que no se tiene la formación en finanzas correspondiente al sector antes mencionado; es por ello que con esta investigación se dispondrá de un plan de educación financiera para el sector de microempresarios, con el propósito de encaminar el desarrollo de las empresas, fortaleciéndolos con la alfabetización financiera, con aras de que ellos puedan estandarizar las competencias financieras requeridas en el ciclo de los negocios.

CAPITULO II. Marco Teórico

2.1. Definiciones

Al hablar de Educación Financiera según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) la define como “el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y mediante la información, desarrollan habilidades que les permiten la toma de decisiones de manera informada, lo que deriva en un mayor bienestar económico” citado en (Ruiz Ramírez, 2011)

Educación Financiera: Proceso por el cual la población adquiere conocimientos y desarrolla habilidades y actitudes en el uso adecuado de sus finanzas personales y/o empresariales, lo que le permite construir bases sólidas y de confianza, con el propósito de tomar decisiones adecuadas y contribuye a mejorar su bienestar social y financiero. (Estrategia Nacional de Educación Financiera, 2022, pág. 27)

Inclusión Financiera es definida por la INFE como: “el proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de productos y servicios financieros regulados y la ampliación de su uso por todos los segmentos de la sociedad, a través de la aplicación de enfoques innovadores o existentes hechos a la medida, entre los que se incluyen actividades de sensibilización y de educación financiera, con el fin de promover el bienestar económico y la inclusión económica y social” (Muccino, 2014)

Emprendedores: Según Max Olivares “El emprendedor se entiende como el individuo que desarrolla la capacidad para poner en marcha oportunidades a partir de ideas básicas, innova a partir de este proceso y sortea los entornos hasta conseguir el objetivo que da origen a su motivación” citado en (Avila Angulo, 2021)

Microempresa

Según la Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa en su artículo 3 define como la “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”. (Legislativa, 2014)

2.2. Desarrollo de la Microempresa en El Salvador

A lo largo de los años no ha habido registros económicos del sector micro empresarial, sino hasta a mediados de los 80's, dado a que en ese momento dicho sector incrementó debido a: el cierre de empresas ocurrido en el sector formal como resultado del conflicto armado y de la crisis económica; Los desplazamientos poblacionales del campo a la ciudad; la crisis del sector agropecuario; por lo que la microempresa se convirtió en el pilar fundamental para que la economía salvadoreña no quebrara y fue uno de los principales generados de empleo de la época.

Posteriormente en la siguiente década, la microempresa recibió estímulos por la recuperación económica de ese entonces y por los resultados que se obtuvieron por la implementación del Programa de Reforma Económica que inicio en 1990. (Iraheta Ruiz et al, 2003)

De acuerdo al Observatorio MYPE; poco a poco la microempresa ha ido evolucionando dado a que según el informe “Estado de la MYPE 2024: La otra Cara de la Economía” muestra: Que entre 2016 y 2023, las MYPES aportaron un promedio del 42.9% al PIB, consolidándose como un pilar esencial de la economía salvadoreña y que en los últimos tres años, las microempresas han enfrentado desafíos significativos, entre ellos el sobreendeudamiento y el impacto de la inflación, los cuales han limitado su capacidad

para aprovechar las oportunidades de crecimiento económico que el país experimenta en diversos sectores. (Fusai, 2024)

2.3. Clasificación de la Microempresa

De acuerdo al tipo de Productividad (Iraheta Ruiz et al., 2003).

Microempresa de subsistencia: Son aquellas que tienen tan baja productividad que sólo perciben la generación de ingresos con propósito de consumo inmediato; trabajan sobre la lógica del “irla pasando”. El segmento de subsistencia o baja productividad es el más grande de la tipología productiva micro empresarial. En la práctica la microempresa se ubica en este segmento si sus ventas mensuales no son más de \$1,700.00 al mes.

Microempresa de Acumulación Simple: En estas los recursos productivos de las empresas generan ingresos que cubren los costos de su actividad, aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en crecimiento. Este segmento micro empresarial es el más fluido, ya que es un segmento de tránsito hacia alguno de los otros dos. Corresponde al momento en el que la microempresa empieza su evolución productiva hacia el crecimiento: cuando el empresario puede cubrir los costos de su actividad, aunque aún, no tenga capacidad de ahorro o inversión.

Microempresa de Acumulación Ampliada: En éstas la productividad es suficientemente elevada como para permitir acumular excedentes e invertirlo en el crecimiento de la empresa. El “micro-tope” o segmento de acumulación ampliada, es el pequeño segmento micro empresarial donde la adecuada combinación de factores productivos y posicionamiento comercializador, permite a la unidad empresarial crecer con márgenes amplios de excedentes.

2.4. Normativa Legal de la Microempresa y la Educación Financiera

En el salvador las microempresas se rigen bajo las siguientes leyes, por lo que a continuación se presenta una breve descripción de los artículos más relevante:

Código de Comercio:

En su artículo 1 y Art, 2 nos establece que los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles se registrarán por las disposiciones de este Código; además hacen mención de quienes son los comerciantes. (Asamblea Legislativa de El Salvador, 1970)

Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

En su artículo 2 reza que la Ley su finalidad es estimular a la Micro y Pequeña Empresa en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, posteriormente en el art. 4 establece la clasificación de las empresas. Además, nos habla sobre del registro de las MYPE y la simplificación de los trámites administrativos, así como de la capacitación y asistencia técnica que debe de brindar la institución rectora según lo establece en los artículos 20 y 42 de la referida Ley. (Legislativa, 2014)

Además, se puede mencionar **la Estrategia Nacional de Educación Financiera de El Salvador** con el lanzamiento oficial en octubre del 2022; en la misma fecha entró en vigencia las Normas Técnicas para la Remisión de Información de Programas o iniciativas de educación financiera. (Estrategia Nacional de Educación Financiera, 2022) Por consiguiente, se cuenta con la **Ley para facilitar la Inclusión Financiera** que establece en su art. 20-D sobre la educación Financiera en donde reza: “deberán implementar programas e iniciativas de educación financiera que desarrollen el conocimiento en los usuarios de dichos productos y servicios acerca de su uso, beneficios y riesgos, así como de sus derechos y obligaciones, de tal forma que se fomente el buen uso de los recursos de sus clientes” (Asamblea Legislativa de El Salvador, 2022)

2.5. Situación Actual de la Microempresa en El Salvador.

En nuestro país la microempresa presenta muchas dificultades debido a que por diversos factores ven restringido su acceso a recursos productivos y financieros del país, además tienen limitantes para tener acceso a la información, baja escolaridad, poca o nula organización y poca incidencia en el ámbito político estratégico para influir en la política económica del país. Por todo lo antes mencionado se genera una brecha entre el sector de la microempresa y el resto de los sectores económicos. Careciendo de oportunidades reales de aumentar su productividad y de expandir sus operaciones. (Iraheta Ruiz et al., 2003). Además, como microempresarios el acceso es limitado al crédito, en especial para las micro y pequeñas empresas, y esto se debe principalmente a la falta de documentación formal, de antecedentes crediticios concretos y de deudores o garantes oficiales que avalen su credibilidad. Asimismo, no todas las MYPES realizan procesos oficiales de registro y formalización, por lo cual muchas permanecen en la informalidad.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2017), existen 317,795 Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en El Salvador, de las cuales el 60.76% se clasifica como microempresas, el 33.92% como emprendimientos y el 5.32% como pequeña empresa. El sector MYPES emplea un total de 854,732 personas, de las cuales el 54.16% son mujeres y el 45.84% hombres. De acuerdo con estos resultados, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) estima que el 31.3% de todos los empleos del país se generan en las MYPES. (CONAMYPE, 2017, pág. 19 y 37)

Debido a la importancia de la microempresa en nuestro país, las entidades que trabajan en los diferentes aspectos del que hacer micro empresarial ha incrementado dándole promoción y apoyo oficial con reformas de leyes y brindando contenido para ese sector desde programas con el *Pronto Pago* con base al art. 32 de la Ley de Fomento, protección y desarrollo de las MYPE; donde las instituciones del Estado cancelen los bienes y servicios adquiridos por parte de las MYPE, en un tiempo máximo de 30 días y si hay incumplimiento tendrían una sanción con base al art. 33 de la misma Ley. (Legislativa, 2014)

Según la Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa 2017, el 67.5% de las empresas utiliza sus propios recursos para iniciar sus operaciones comerciales; el 10.7% recurre al financiamiento de la banca privada; el 9.3% pide apoyo financiero a familiares y amistades; el 3.2% recurre a prestamistas informales para obtener crédito; el 2.8% obtiene financiamiento a través de la Federación de Cajas de Crédito y de Bancos de los Trabajadores (Fedecrédito), mientras que el 6.67% es financiado por bancos y entidades financieras públicas, cooperativas, ONG o donaciones. Bajo este contexto, se determina que entre más grande es la empresa, mayores posibilidades tiene de acceder a un financiamiento bancario formal. (CONAMYPE, 2017, pág. 75)

El Salvador ha desarrollado varios instrumentos de políticas públicas destinados a superar los desafíos que el sistema financiero del país presenta a los/las propietarios/as y empresarios/as de las MYPES. Es por ello que han creados dos instrumentos con el objeto de empoderar y darle protección al consumidor; las cuales son la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) y la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF).

2.6. La Política Nacional de Inclusión Financiera y la Estrategia Nacional de Educación Financiera Impulsando a las MYPES

2.6.1. Política nacional de inclusión financiera

El 15 de marzo de 2021, el Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera (CNIEF) lanzó oficialmente la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF), aprobada por el Presidente de la República de El Salvador. La PNIF busca facilitar el acceso a productos y servicios financieros a aquellas personas con ingresos más bajos, a las mujeres y a las MYPES.

La PNIF posee cuatro áreas estratégicas: la primera se enfoca en Nuevos Productos Financieros y Modelos de Negocio para facilitar y ampliar el acceso a la provisión de servicios financieros vía agentes e incrementar el uso y ampliar la oferta de productos y servicios financieros adecuados y costo-eficientes hacia segmentos prioritarios; la segunda va enfocada a la Digitalización e Innovación Financiera a través de fomentar un ecosistema digital y las innovaciones financieras y el desarrollo de aspectos del marco regulatorio, normativo y de supervisión que permita la incorporación de innovaciones financieras y nuevos modelos de negocio; la tercera aborda el financiamiento para las MYPES, con el objeto de crear un entorno más favorable para el financiamiento y ampliar la oferta de productos financieros para la MYPE; por último, la cuarta área se centra en el Empoderamiento del consumidor (Protección y Educación Financiera) con la finalidad de mejorar el marco de regulación y supervisión para la Protección al Consumidor financiero, además generar mayor conciencia y fomentar el uso de los mecanismos existentes para la resolución de conflictos entre instituciones financieras y consumidores y desarrollar y fortalecer las capacidades financieras entre los segmentos

de la población prioritarios de la PNIF. (Política Nacional de Inclusión Financiera, 2022, pág. 33)

El CNIEF está conformado por grupos de apoyo para temas relacionados con la inclusión financiera y la educación financiera. El Grupo de Apoyo en Temas de Inclusión Financiera (GATIF) desarrolló un plan de acción para 2022 en el que detalló pasos específicos hacia un desarrollo efectivo de las MYPES. Estos pasos incluyen, entre otros: (Portillo Cueva, 2023)

- Organizar reuniones periódicas y grupos focales para identificar obstáculos en el desarrollo de productos dirigidos a las MYPES.
- Crear fondos especiales para el desarrollo de las MYPES.
- Mejorar la productividad y fomento de la incorporación de tecnología en los procesos de las MIPYMES.
- Realizar un diagnóstico y análisis de los esquemas de garantía de financiamiento existentes para las MYPES.
- Fortalecer las actividades de socialización del Fondo Salvadoreño de Garantías para promover el otorgamiento de créditos por parte de las instituciones financieras a los/las empresarios/as y propietarios/as de MYPES.
- Promover créditos y microcréditos para las MYPES lideradas por mujeres.

El CNIEF está integrado por el Banco Central de Reserva de El Salvador (B.C.R.) , Superintendencia del Sistema Financiero (S.S.F.), Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología (MINEDUCYT) el Banco de Desarrollo de la República de El Salvador (BANDESAL), Defensoría del Consumidor, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), el Banco de Fomento Agropecuario (B.F.A.), el Banco Hipotecario y el Ministerio de Economía y el Instituto de Garantías de Depósitos; para dirigir y supervisar todas

las actividades mencionadas en el anterior párrafo. (Política Nacional de Inclusión Financiera, 2022, pág. 35)

2.6.2. *Estrategia nacional de educación financiera*

Conforme a los resultados de la Encuesta Nacional de Capacidades Financieras (2018) en donde se identificaron desafíos y necesidades lo cual permitió al CNIEF en la formulación de una Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), con base a lo anterior en octubre de 2022 el CNIEF lanzó la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF), una iniciativa a nivel de país gestionada y apoyada por bancos, cooperativas, sociedades de ahorro y crédito, iniciativas privadas de educación financiera y población en general.

Además, para la ENEF el enfoque general está centrado en la persona, basado en los ODS debido a que estos consideran que todas las personas, sin importar su sexo, etnia o situación de vulnerabilidad, tienen el potencial de empoderarse y desarrollar la autonomía necesaria para vivir y desempeñarse en sociedad; por consiguiente la ENEF propone que toda la población tiene el derecho a vivir con bienestar social y financiero, por lo que, además de disponer de ingresos y crecer en el ámbito económico, debe tener la oportunidad de mejorar su calidad de vida. Asimismo, hará énfasis en el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres, en alusión a su capacidad para “tomar decisiones libres e informadas sobre sus vidas. (Estrategia Nacional de Educación Financiera, 2022, pág. 28 y 29)

Debido que, para la ENEF, (2022) la persona es la base fundamental para lograr un bienestar social y financiero, por lo tanto, se enfoca en cinco segmentos prioritarios, los cuales van dirigidos a la comunidad educativa, personas emprendedoras y empresarias de la MYPE;

población asalariada, población en situación de vulnerabilidad y la población migrante. (pág. 31 al 38)

Cabe mencionar que se tendrá un Grupo de Apoyo en Temas de Educación Financiera (GATEF) del CNIEF es responsable de diseñar propuestas y monitorear la implementación de las iniciativas de desarrollo de la ENEF.

También habrá un mecanismo que permitirá monitorear y dar seguimiento a la ENEF, y será a través de la implementación de un Plan de Acción el cual está estructurado por estrategias de posicionamiento, de monitoreo y evaluación y de temas transversales: contemplándose estrategias para cada uno de los segmentos antes mencionados y estas conllevan líneas de acción y los mecanismos de evidencia que comprobarán su cumplimiento. (Estrategia Nacional de Educación Financiera, 2022, pág. 54)

CAPITULO III: Metodología de Investigación

3.1. Método de Investigación

En el desarrollo de la investigación del tema denominado “Propuesta de un Plan de Educación Financiera como herramienta de inclusión de los Microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente”, se utilizó el método cualitativo deductivo de acuerdo a las características del tema en investigación.

El tipo de estudio que se ha llevado a cabo es el descriptivo, por el hecho que se ha recolectado toda la información necesaria para poder realizar un Plan de Educación financiera para la microempresa, cuyo propósito sea educar financieramente a los participantes y que estos puedan adquirir conocimientos que puedan utilizar a corto plazo en actividad económica.

3.2. Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación fue mixto (cuantitativo y cualitativo), debido a que se utilizó la recolección de información histórica, construyendo su contenido y analizando los datos para el planteamiento de las preguntas de investigación que se ha realizado durante el proceso.

La investigación ha utilizado información que contribuya al análisis de las características propias de las unidades de investigación. Esto a su vez, ayudó a conocer el impacto de la Educación Financiera en los microempresarios del segmento acumulación ampliada.

3.3. Alcance y Diseño de la Investigación

La investigación que se ha realizado es de alcance descriptivo, ya que se creó un Plan de Educación Financiera que sirva como herramienta de inclusión de los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente.

Además, el diseño de la investigación es no experimental porque no implica la experimentación o manipulación intencionada de las variables en estudio, y es transeccional exploratorio porque su propósito fue conocer y analizar las variables de investigación en un momento específico.

3.4. Unidades de Investigación

En la investigación participaron 15 microempresarios de acumulación ampliada de la zona urbana del Distrito de San Vicente. Además, se solicitó la colaboración de cinco jefes de agencias de instituciones financieras del sector público, privado y cooperativas del mismo distrito, pero a pesar de los esfuerzos, solo cuatro de las instituciones respondieron.

3.5. Técnicas para Recolectar Información

- Se utilizó la técnica de la encuesta obteniendo la recolección de la información de parte de los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente, a través de un muestreo dirigido filtrando la base de datos proporcionada por CONAMYPE con base al rango de ventas realizadas en el año.
- Se utilizaron cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas dirigidos a gerentes o jefes de agencia de cuatro instituciones financieras para conocer la percepción que tienen sobre las necesidades de educación financiera que presentan los microempresarios de acumulación ampliada de la zona urbana del distrito de San Vicente y sobre la importancia de que sus clientes adquieran una educación financiera.

3.6. Procesamiento de la Investigación

Para el procesamiento de la información, se utilizaron herramientas digitales, como Microsoft Word, facilitando la clasificación y ordenamiento adecuado de los datos con el propósito de sistematizarlos. Para la información proveniente de las encuestas, se utilizó la herramienta web *Google Forms* permitiendo tener el resultado de las respuestas de los microempresarios de manera automática para la tabulación de las respuestas obtenidas de las encuestas y la data fue procesada a través del programa Microsoft Excel con el objetivo de ingresar y analizar los datos, así como de crear tablas y gráficos para una mejor comprensión de la información recopilada.

CAPITULO IV: Análisis y Resultados de la Investigación.

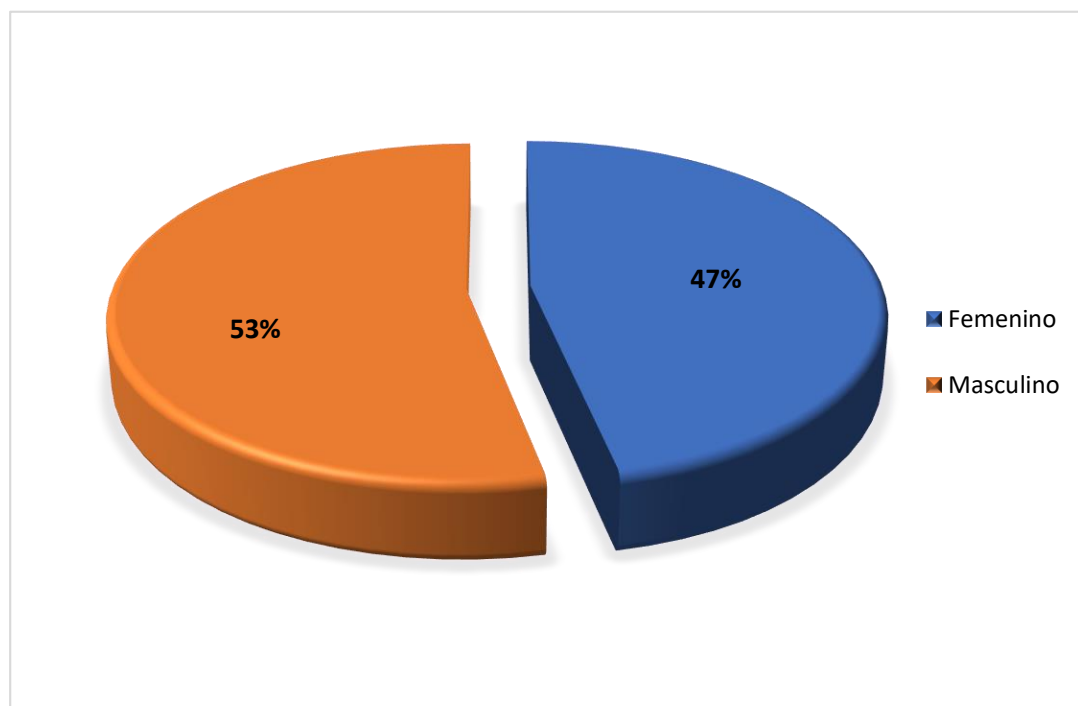
Este capítulo tiene como propósito presentar los hallazgos derivados de la investigación, a través de la aplicación de la metodología establecida que posibilitó el desarrollo del estudio para obtener información sobre cómo realizar Propuesta de un Plan de Educación Financiera como herramienta de inclusión de los microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente. Aquí, se detalla el procedimiento empleado para recopilar datos, el cual consistió en la realización de encuestas dirigidas a jefes de agencia de instituciones financieras, y para los microempresarios del segmento de Acumulación ampliada del Distrito de San Vicente.

4.1. Análisis de Resultados de Encuesta a Microempresarios

Para recolectar información relevante sobre las necesidades de educación financiera por parte de los microempresarios del segmento de acumulación ampliada fueron encuestados 15 microempresarios a través de un muestreo dirigido (Ver Anexo 1), dado a que se contaba con una base de datos de 222 microempresarios de los segmentos simple, subsistencia y ampliada, proporcionada por CONAMYPE; por lo que se determinó filtrar la base de datos antes mencionada con base al rango de ventas realizadas al año. Las encuestas se administraron de manera virtual utilizando la plataforma Google Forms, debido a que proporciona una vía segura para recopilar información delicada relacionada con la Educación Financiera de los participantes, de los cuales el 53% fueron masculinos y el 47% femeninos. En la figura 1 se muestran los resultados.

Figura 1.

Distribución de microempresarios encuestados por género

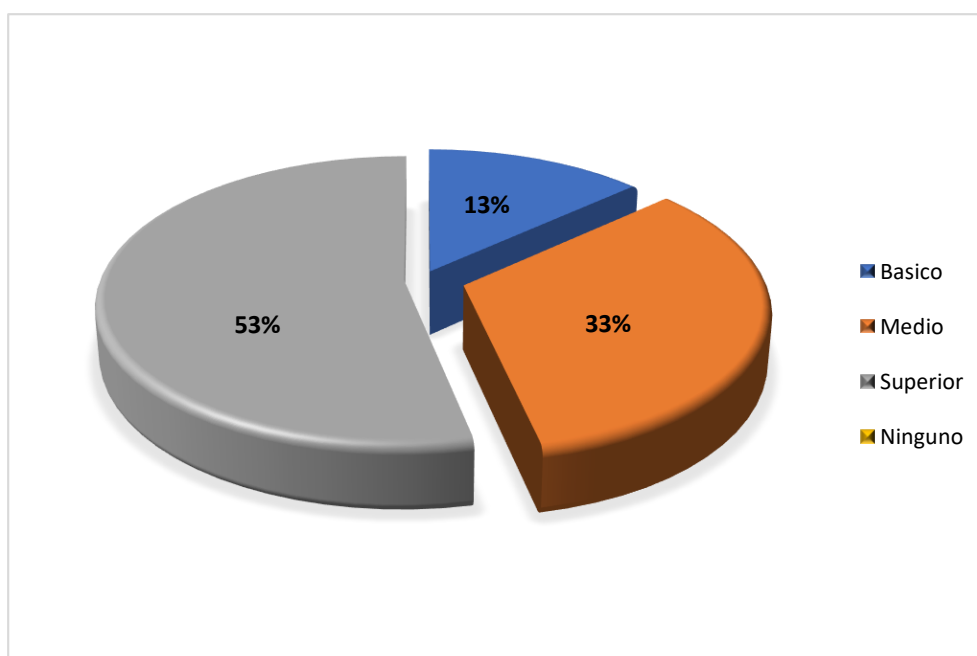


Nota. La figura 1 muestra el género de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Dentro del grupo de encuestados de la muestra dirigida, se observa un aspecto relevante relacionado con su grado académico. Según la encuesta suministrada, aproximadamente el 53% de las personas tienen grado académico superior, el 33% han estudiado hasta el nivel medio y el 13% un grado académico básico, este dato refleja que los microempresarios del segmento de acumulación ampliada sí poseen un nivel académico, y eso ha abonado a la toma de decisiones y continuar con su negocio. En la figura 2 se muestran los resultados.

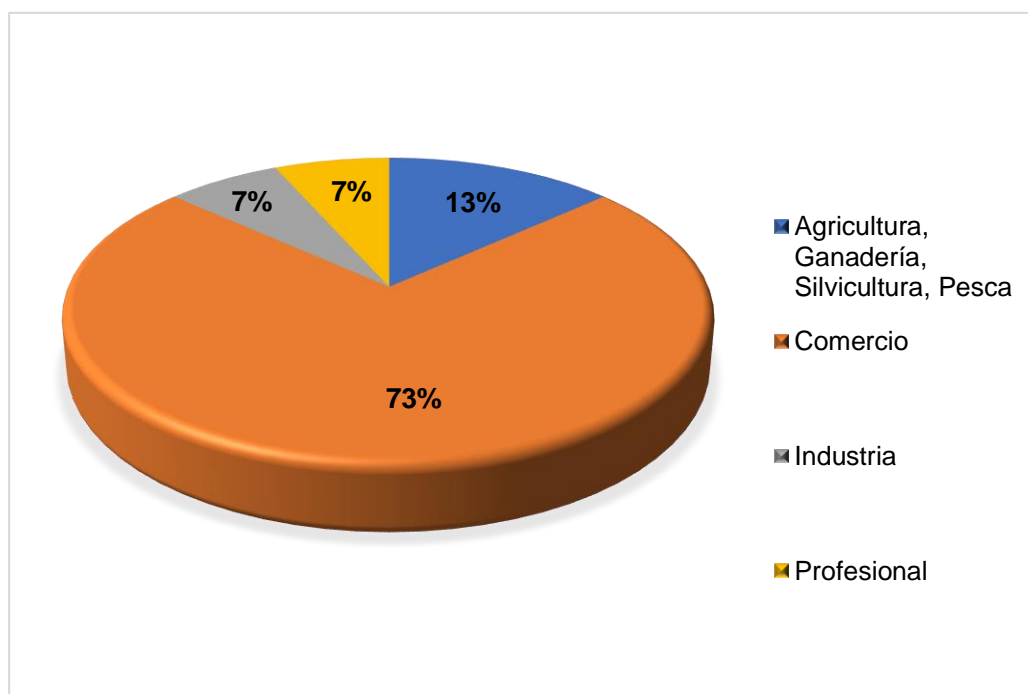
Figura 2.

Nivel Académico de los microempresarios encuestados



Nota. La figura 2 muestra el nivel académico de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Analizando las respuestas de los microempresarios encuestados, con respecto a la actividad del negocio se tiene que, el 73% se dedica al Comercio, el 13% a la Agricultura, Ganadería, Silvicultura, Pesca; un 7% a la Industria y el resto al sector profesional. En la figura 3 se muestran los resultados.

Figura 3.*Distribución por actividad económica*

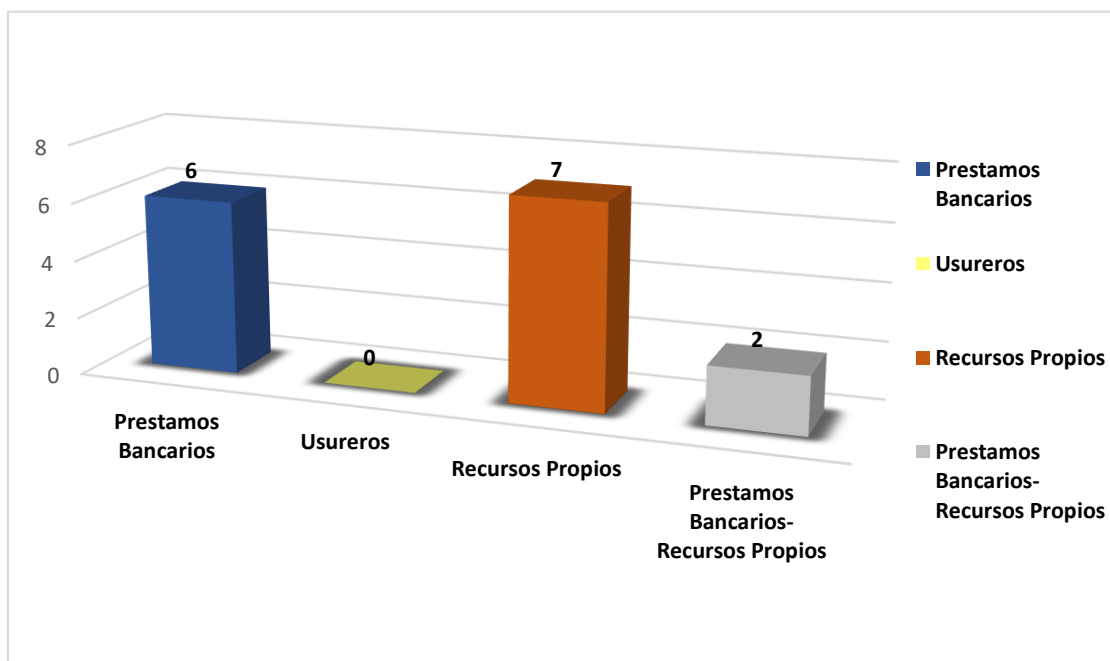
Nota. La figura 3 muestra la actividad del negocio de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

De los 15 microempresarios encuestados 7 se encuentran financiados con recursos propios, lo cual genera una independencia financiera porque no dependerá de terceros para obtener los recursos que necesita para hacer crecer el negocio, 6 microempresarios trabajan con recursos provenientes de préstamos bancarios, debido a que ellos buscan el financiamiento de la banca para poner en marcha sus negocios; 2 que utilizan ambos financiamientos, es decir, que los microempresarios necesitan más capital del que ya poseen y están dispuestos a asumir ciertos riesgos y obligaciones a cambio de una mayor rentabilidad de su micro empresa y ninguno

trabaja con usureros por los altos intereses que les ofrecen y que es una vía no confiable. En la figura 4 se muestran los resultados.

Figura 4.

Fuente de financiamiento con la que trabajan los microempresarios

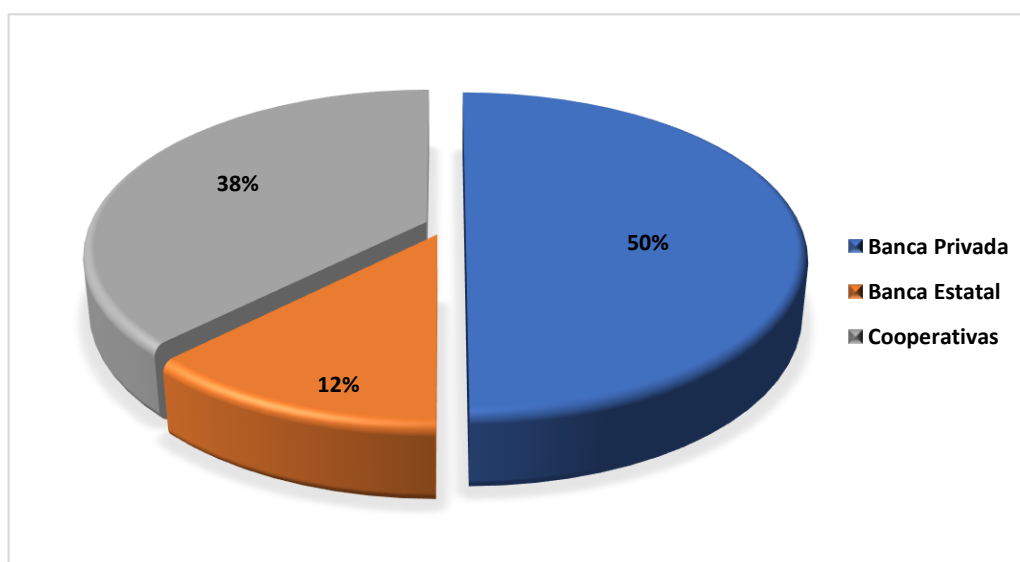


Nota. La figura 4 muestra la fuente de financiamiento con la que trabajan los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

De los 8 microempresarios que manifiestan que trabajan con préstamos bancarios el 50% trabaja con la Banca Privada y pertenecen al sector comercio, el 38% con las Cooperativas y son microempresarios que pertenecen al sector comercio, industria y agricultura; y un 12% con la Banca Estatal debido a que el microempresario y que pertenece al sector comercio ya trabaja con ellos y se les mas fácil adquirir financiamiento. En la figura 5 se muestran los resultados.

Figura 5.

Instituciones financieras que brinda financiamiento a los microempresarios.

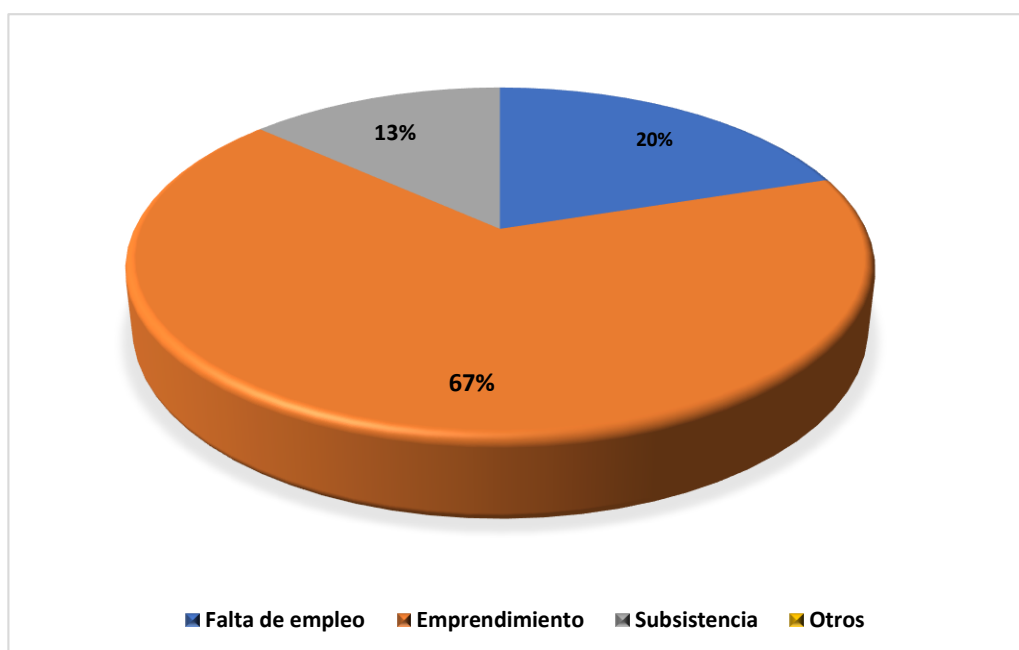


Nota. La figura 5 muestra que, si los microempresarios trabajan con préstamos bancarios, que institución brinda el financiamiento a los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

De la figura 6 se puede analizar que el 67% de los microempresarios encuestados iniciaron su negocio por emprendimiento con el objeto de crear oportunidades, innovar y asumir riesgos, impulsándolos a formar su propia empresa; el 20% por falta de empleo, debido a que el mercado laboral no cubre la demanda de empleo por lo que no vieron otra forma de sacar adelante su núcleo familiar y emigrar para ellos no era una opción, por lo que iniciaron sus negocios de forma muy pequeña; con escasos recursos y que a medida han pasado los años y con arduo trabajo se han convertido y transformado en negocios estables, sosteniéndose a lo largo del tiempo, ya que estos microempresarios según datos de la Figura 7 tienen más de 5 años de operar y el resto que es un 13% lo iniciaron por subsistencia.

Figura 6.

Motivo para iniciar el negocio los microempresarios.

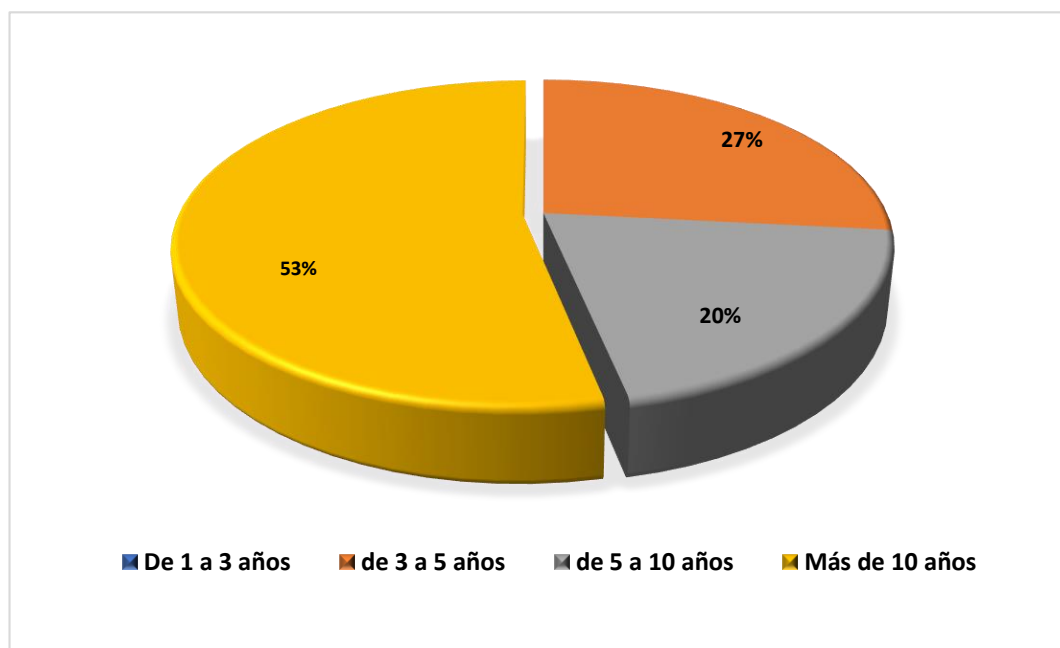


Nota. La figura 6 muestra que motivo a los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente para iniciar su negocio. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

El 53% y el 20% de los encuestados forman juntos un 73% de la muestra se puede entender que en su mayoría los negocios que pertenecen a este rubro son realmente antiguos de estar funcionando lo que indica que son sin lugar a duda una fuente de empleo y desarrollo en la zona, el restante 27% operan de 3 a 5 años, a pesar de que son negocios relativamente nuevos en el medio no los exime de su importancia para el tema en cuestión. Ver figura 7.

Figura 7.

Años de operar el negocio de los microempresarios



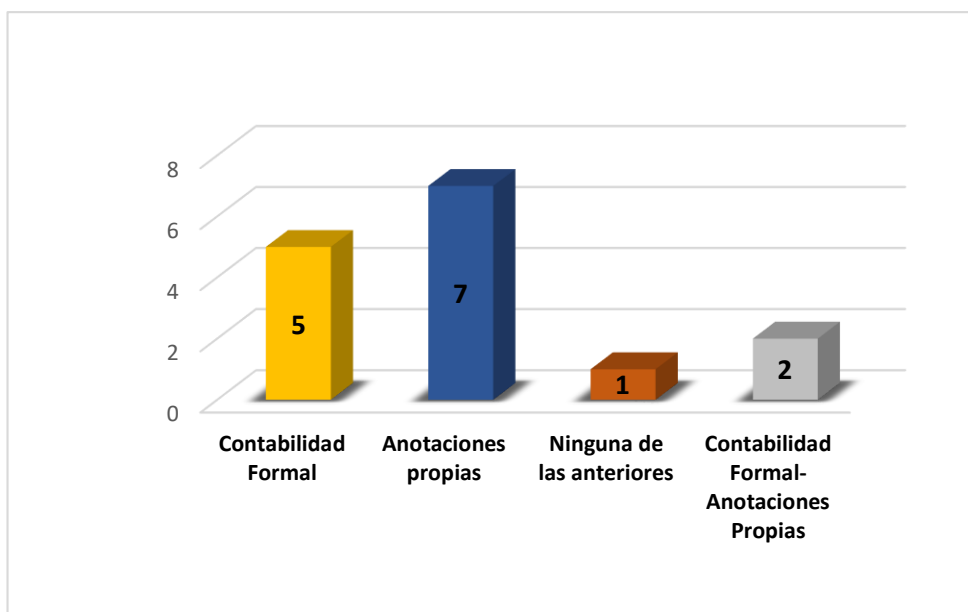
Nota. La figura 7 muestra cuántos años lleva el negocio de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

El tipo de registros que lleva el negocio de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente se analizó a través de tres dimensiones, una de ellas la contabilidad formal, las otras anotaciones propias y la última ninguna de las anteriores que se han mencionado. De este modo la Figura 8 muestra que el 47%; es decir 7 microempresarios llevan anotaciones propias lo cual refleja que tienen dificultades para llevar registros contables adecuados; un 33% que equivale a 5 microempresarios llevan la contabilidad formal, pero desconocen algunos procesos como la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras, porque en la mayoría el contador solo le recibe los documentos para declarar IVA y Pago a Cuenta, eso deduce que solo llevan ese tipo de registro; el 13%, es decir 2 llevan ambos

registros y 1 microempresario no lleva ningún tipo de registro porque debido a la naturaleza de su negocio no tiene tiempo para llevar un registro como tal y no le ve necesidad de hacerlo. En la figura 8 se muestran los resultados.

Figura 8.

Tipo de registros que llevan en el negocio los microempresarios



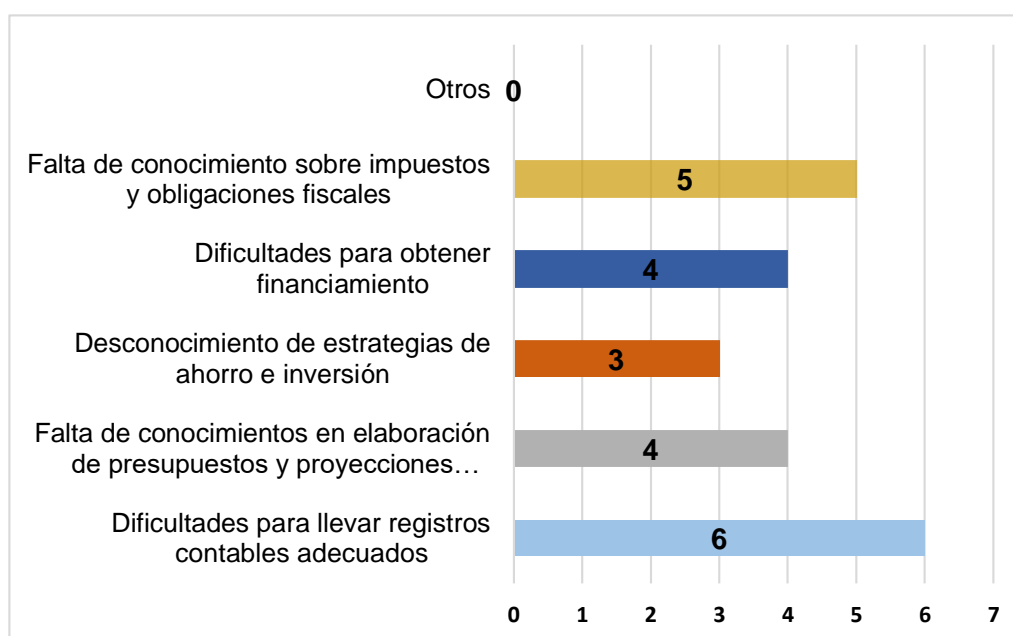
Nota. La figura 8 muestra el tipo de registro que llevan en el negocio de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Según la encuesta los microempresarios tienen dificultades para llevar registros contables adecuados (6 personas); presentan falta de conocimientos sobre impuestos y obligaciones fiscales (5 personas) , además tienen falta de conocimientos en la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras (4 personas) y es por eso que prefieren llevar anotaciones propias; sin embargo 4 encuestados manifiestan que presentan dificultad para obtener financiamiento debido

a que trabajan con cooperativas y muchas veces son más altos los intereses que otras instituciones financieras y cabe mencionar que otros al no tener un record crediticio debido a que trabajan con recursos propios les es más difícil adquirir un financiamiento y 3 microempresarios manifestaron que desconocen las estrategias de ahorro e inversión porque al no tener la cultura de ahorro no pueden realizar inversiones y así obtener un mayor rendimiento. En la figura 9 se muestran los resultados.

Figura 9.

Principales retos que la empresa ha enfrentado en la gestión financiera del negocio de los microempresarios

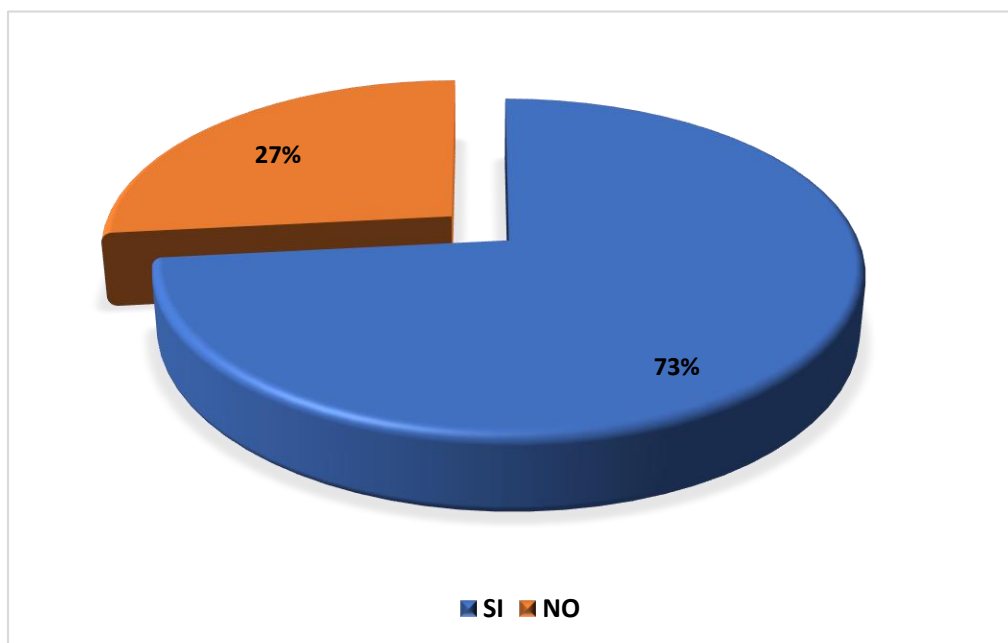


Nota. La figura 9 muestra Principales retos que la empresa ha enfrentado en la gestión financiera del negocio de los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Los resultados de la encuesta muestran un aspecto relevante en cuanto a si la empresa se ha encontrado con dificultades financieras a lo largo de su operatividad, es llamativo que el 73% de los microempresarios encuestados manifiestan que si se han encontrado con dificultades financieras y esto debido a que les afectó drásticamente la pandemia por Covid-19 lo que conllevó a que disminuyeran sus ventas y obtuvieran pérdidas en sus negocios y el resto que es un 27% no se ha encontrado con dificultades financieras y es importante destacar que son negocios que tienen más de 10 años de operar y que debido a su experiencia de manera empírica han sabido sobrellevar algunas situaciones adversas. En la figura 10 se muestran los resultados.

Figura 10.

Si la empresa se ha encontrado con dificultades financieras

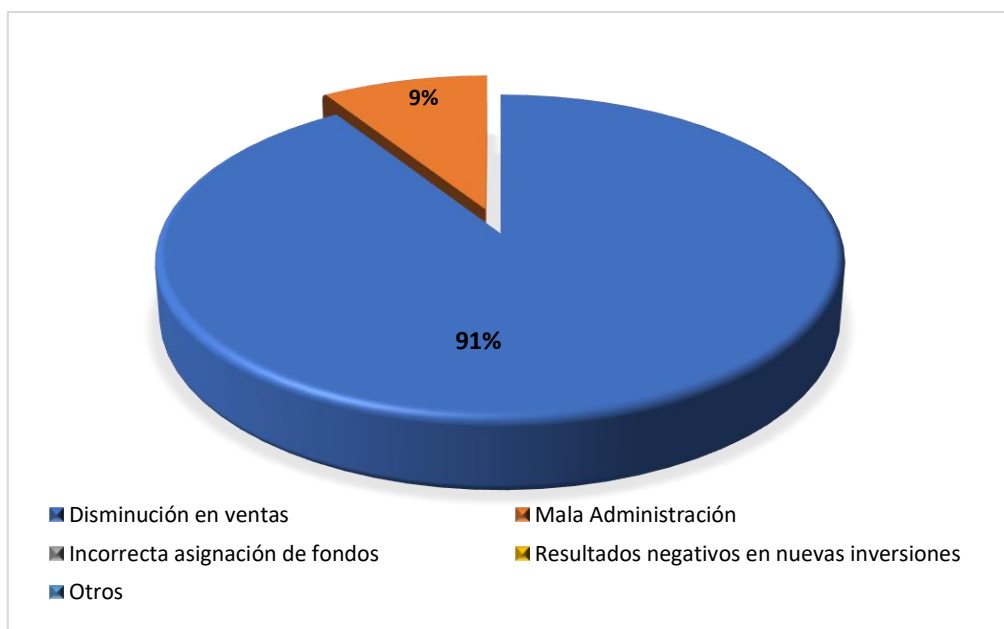


Nota. La figura 10 muestra si la empresa se ha encontrado con dificultades financieras. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

La figura 11 muestra que un 91% de los microempresarios encuestados manifestaron que las dificultades económicas del negocio se han hecho presentes como consecuencias de la disminución en sus ventas por diversas causas como externas e internas, así como la naturaleza fluctuante del negocio, sin dejar de lado la Pandemia de Covid-19 que se presentó en el año 2020, siendo así este factor el que más ha golpeado al rubro; y el resto que es un 9% se debe a mala administración, ya que muchas veces han mezclado los gastos personales con los de la empresa y tienen falta de conocimientos en elaboración de presupuestos y proyecciones.

Figura 11.

Factores que han impulsado las dificultades financieras



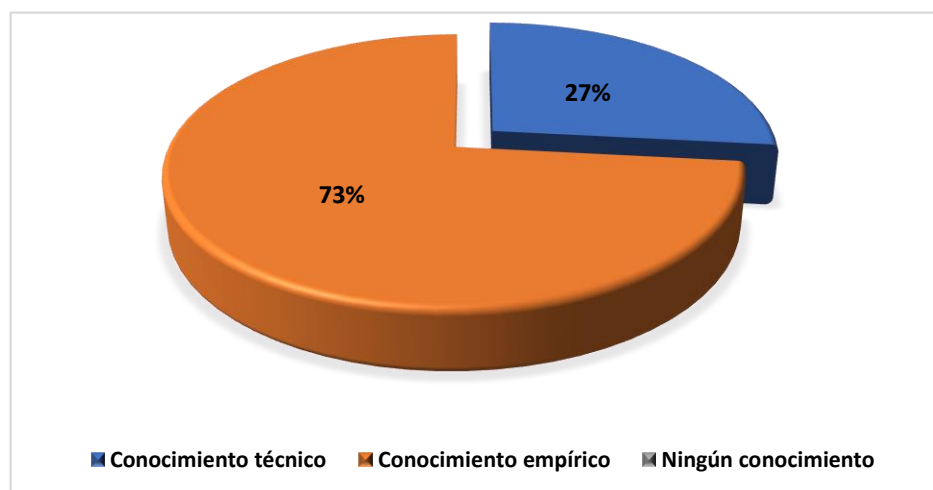
Nota. La figura 11 muestra porque razón la empresa se ha encontrado con dificultades financieras. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Se pudo determinar en un 73% que las personas tienen conocimiento empírico, pues es poco el propietario que ha estudiado hasta lograr tener una profesión que le ayude a manejar su

negocio como una licenciatura en administración, contaduría pública o mercadeo o si la tienen no son en esa rama, por lo que en su mayoría son personas que han obtenido conocimientos a través de su experiencia que, aunque los ha llevado a cometer errores como ellos mismos lo dicen han aprendido la lección, sin embargo expresan que han tenido muchos aciertos también en las decisiones que han tomado a lo largo de la existencia del negocio pues manifiestan que el conocimiento que poseen es diferente al de una persona que ha ido a prepararse en un ámbito en específico pero que les ha ayudado mucho; también aceptan que si hubiesen tenido la oportunidad de poder formarse en una profesión en la rama financiera les ayudara con su negocio; y el resto que es un 27% determino que si poseen conocimiento técnico esto debido a que son negocios que les han brindado algún tipo de asesoría por parte de instituciones financieras bancarias, o algunas veces CONAMYPE, y a través de este conocimiento consideran que han podido tomar decisiones que beneficien la continuidad de su negocio.

Figura 12.

Tipo de conocimientos que tienen los microempresarios sobre finanzas

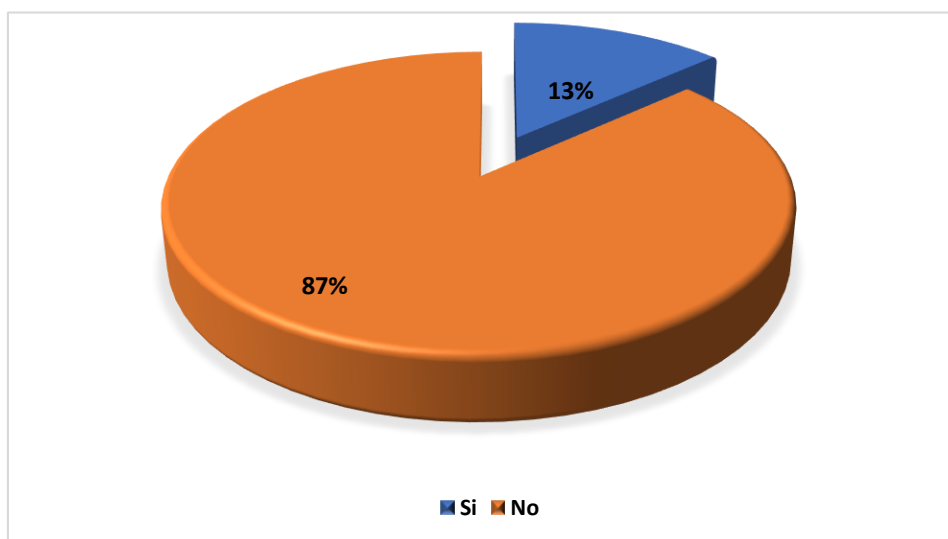


Nota. La figura 12 muestra porque razón la empresa se ha encontrado con dificultades financieras. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

De los microempresarios encuestados el 87% manifestó que no ha sido capacitado sobre Educación Financiera a su personal y ni ellos como propietarios esto se debe porque no tienen tiempo, desconocen de entidades que les brinde esas temáticas, y para el personal que labora en el negocio a veces lo han considerado como un gasto y no como inversión, y que el recurso humano puede ser reemplazable en cualquier momento sino cumplen con su trabajo y que con ese conocimiento adquirido pueden buscar un empleo mejor; y el resto que es un 13% si ha sido capacitado tanto su personal como el propietario porque para ellos es importante mejorar y adquirir nuevos conocimientos y competencias de quienes integran una empresa; porque es a través de las personas, de sus ideas, de sus proyectos, de sus capacidades y de su trabajo, abonan a mejorar y que siga creciendo su negocio, pero también cabe mencionar que muchas veces no hay tiempo para capacitar y las modalidades no son factibles así como los costos.

Figura 13.

El personal que labora en el negocio ha sido capacitado sobre Educación Financiera.

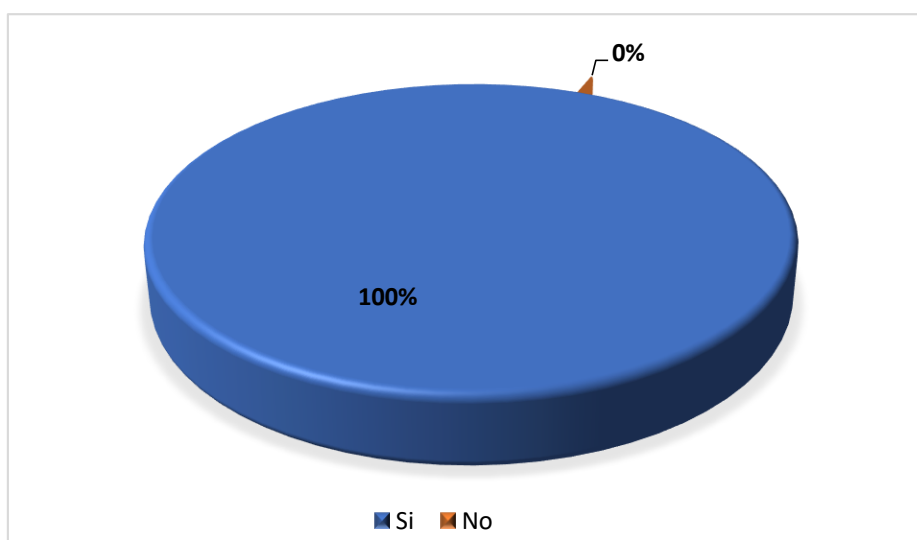


Nota. La figura 13 muestra si el personal ha sido capacitado sobre Educación Financiera. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

En la figura 14 se muestra que el 100% de los encuestado consideran necesario que el personal y el propietario que labora en el negocio participen en un plan de Educación Financiera, porque les ayudará a tener una cultura financiera y que servirá en la vida personal como en la del desarrollo de su negocio, ya que aprovecharían de una mejor manera las oportunidades, a poder conseguir los objetivos trazados, ser rentables y tener liquidez.

Figura 14.

Necesidad que el personal y el propietario que labora en el negocio participen en un Plan de Educación Financiera



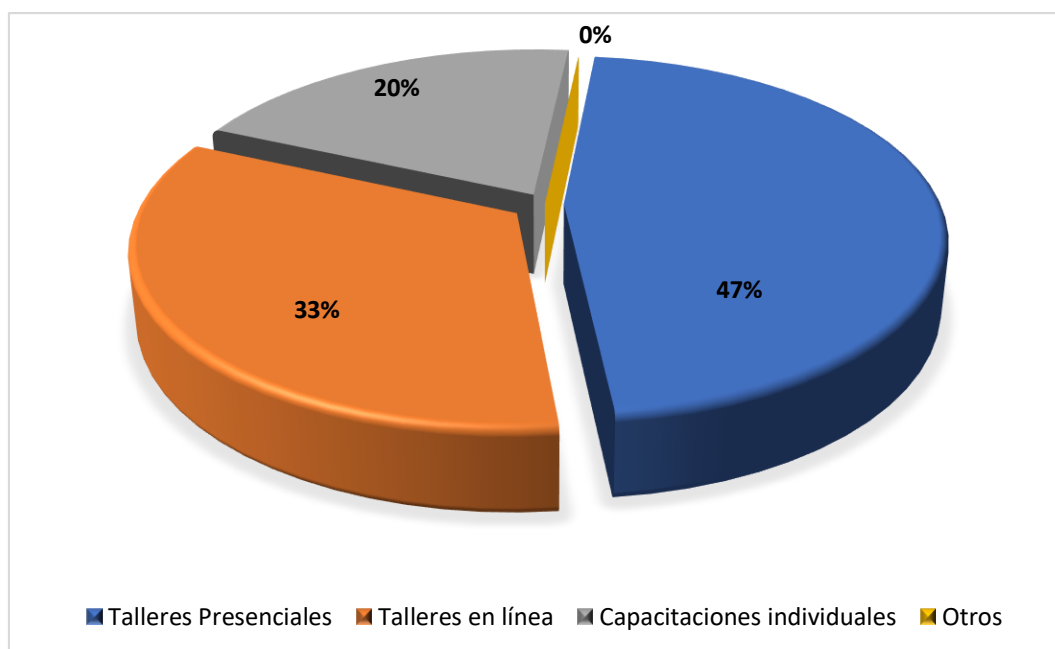
Nota. La figura 14 Necesidad que el personal y el propietario que labora en el negocio participen en un Plan de Educación Financiera. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Dado a que el 100% de los encuestados manifiestan que es necesario participar en un Plan de Educación Financiera, de los cuales el 47% considera que se brinden talleres presenciales para tener una mejor recepción de las temáticas; por otra parte, un 33% dice que debemos de hacer uso de la tecnología y optimizar el tiempo por lo que se inclinan por talleres en

línea y sugieren que sean en horas que no interfieran en el desarrollo de sus labores y el resto que es el 20% que sean capacitaciones individuales y más personalizadas.

Figura 15.

Modalidad preferida para llevar un plan de Educación Financiera



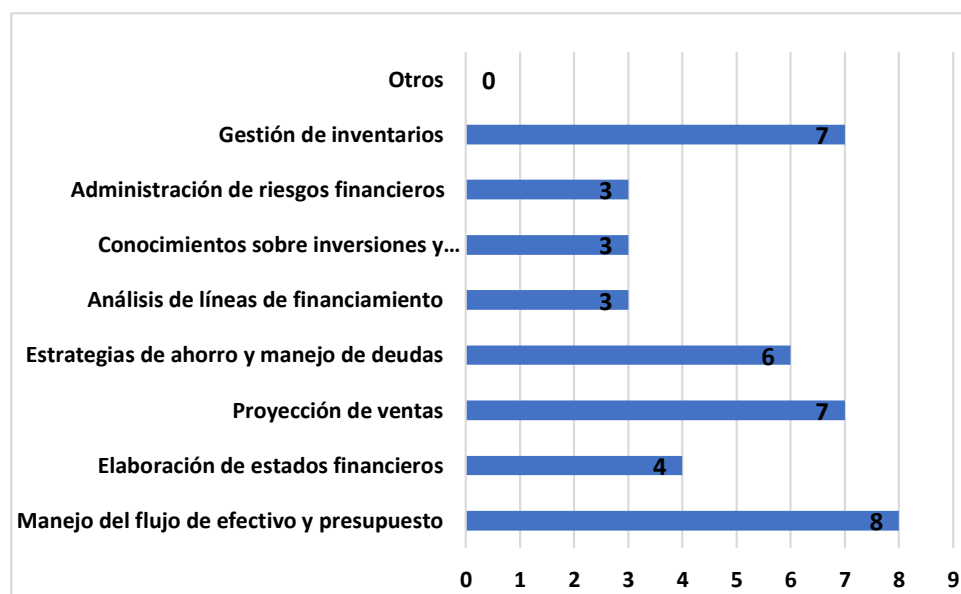
Nota. La figura 15 muestra en que modalidad les gustaría como microempresario llevar un Plan de Educación Financiera. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Al analizar la figura 16 sobre las temáticas que como microempresarios les gustaría que se imparta sobre Educación Financiera, se les dio la opción que priorizaran 3 opciones de las ocho que se les sugirieron, en las que indicaron como prioridad el manejo de Flujo de Efectivo y Presupuesto (8 encuestados) debido a que lo ven necesario tener conocimientos sobre las entradas y salidas de efectivo en su negocio; así como proyectase a corto o mediano plazo; otra temática prioritaria para 7 encuestados fue la de Proyección de ventas y Gestión de Inventarios,

ya que les servirá como se visualizan a futuro las ventas en vista a que es fluctuante en muchas ocasiones la naturaleza del negocio y prever sino se presenta otra pandemia y si sucediera saber manejar mejor la emergencia; esto abonaría a tener un mejor manejo y gestión de inventarios, en vista a que el tener en existencia productos perecederos es un desafío constante y en muchas ocasiones les genera pérdidas y por ultimo seis microempresarios manifiestan que es necesario la temática sobre Estrategias de Ahorro y manejo de deudas, porque ayudará a adquirir conocimientos sobre la cultura de ahorro y cómo manejar los créditos bancarios que ellos poseen y no caer en mora.

Figura 16.

Temáticas de interés sobre Educación Financiera

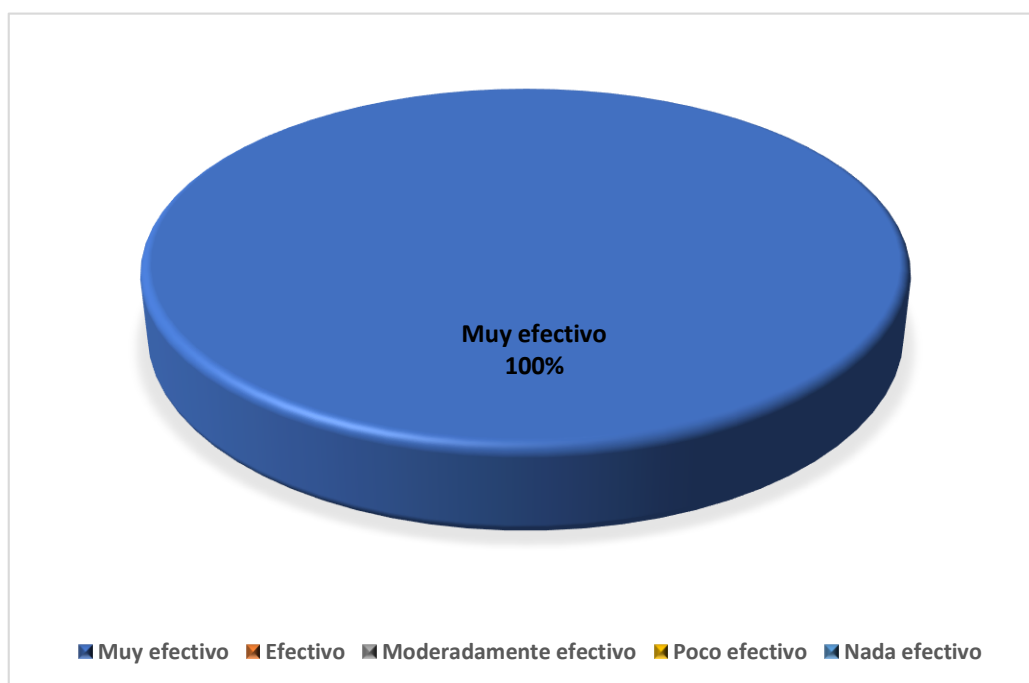


Nota. La figura 16 muestra las temáticas que como microempresarios les gustaría que se imparta sobre Educación Financiera. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Al consultar sobre la efectividad que tendría la implementación de un programa sobre Educación Financiera, el 100% de los microempresarios encuestados manifestaron que consideran muy efectivo, debido a que les ayudaría a tomar mejores decisiones, ser más organizados, asignar de una mejor manera los fondos que adquieren ya sea a través de un préstamo o el capital propio, registrar sus entradas y salidas de efectivo, planificar mejor sus gastos, contar con una cultura de ahorro y que esto les permita crecer y expandir su empresa.

Figura 17.

Efectividad de un programa sobre Educación Financiera



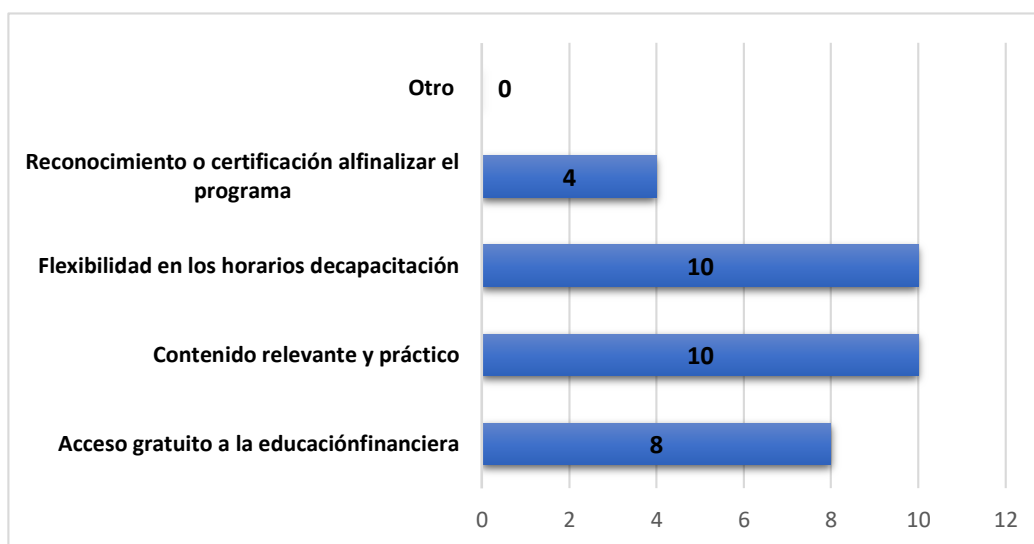
Nota. La figura 17 muestra la efectividad que tendría la implementación de un programa sobre Educación Financiera. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

De la figura 18 se puede analizar que los microempresarios encuestados al consultarle que factores les motivarían a participar activamente en programas de Educación Financiera y de

las opciones dadas ellos priorizarían tres, de los cuales 10 encuestados coincidieron con dos opciones, una que es la flexibilidad de los horarios de la capacitación para que no interfiera en sus labores y desarrollo del negocio y la otra opción que sea contenido relevante y practico; por otra parte 8 microempresarios manifestaron que los programas tuvieran acceso gratuito a la Educación Financiera y por ultimo para 4 encuestados es necesario contar con un reconocimiento o certificación al finalizar el programa.

Figura 18.

Factores que motivarían a los microempresarios a participar activamente en programas de Educación Financiera.



Nota. La figura 18 muestra los factores que motivarían a los microempresarios a participar activamente en programas de Educación Financiera Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

Dado a que el 100 % de los microempresarios coincide que es muy importante la efectividad de un programa sobre Educación Financiera y que están dispuestos a participar en un

programa como tal, es por ello que el 100% manifiesta que es Muy importante la Educación Financiera porque es un tema que ayuda a tomar las mejores decisiones para mejorar su nivel de vida, además para seleccionar un plan de ahorro, identificar a qué tipo de riesgos se enfrentarían, y que a pesar que no son profesionales en la rama, desean adquirir conocimientos para manejar de mejor manera los créditos que ellos adquieren con la banca privada, estatal o cooperativas, y no endeudarse por sobre la capacidad de pago y así evitar de caer en impago; ya que el tema en mención abarca todas esas dudas y temores que presentan. En la figura 19 se muestran los resultados.

Figura 19.

Importancia de la Educación Financiera.



Nota. La figura 19 muestra la importancia de la Educación Financiera para los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente. Fuente: Información proporcionada por CONAMYPE.

En resumen, los resultados de este diagnóstico presentan el grado de conocimiento en temas de Educación Financiera que poseen los microempresarios del segmento de acumulación

ampliada del Distrito de San Vicente; además, la necesidad que presentan de participar en un programa de Educación Financiera y la importancia de esta en la operatividad de sus negocios.

4.2. Análisis de Resultados de Encuesta a Instituciones Financieras.

En este apartado se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta con preguntas abiertas y cerradas (Ver Anexo 2) a cuatro funcionarios de instituciones financieras del sector público, privado y cooperativas en el Distrito de San Vicente, Municipio de San Vicente Sur, llevándose a cabo los procedimientos necesarios para solicitar la colaboración en la realización de encuestas, en el que se buscó obtener información esencial para la investigación de parte de los jefes de agencias de dichas financieras.

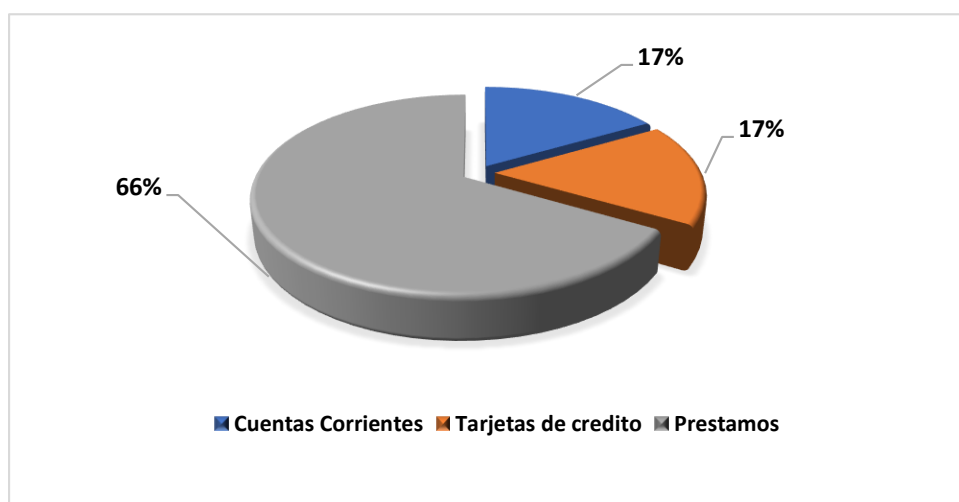
Cabe mencionar, que se solicitó el apoyo a cinco financieras, pero se recibió respuesta únicamente por parte de cuatro. Bajo este contexto, se realizó un análisis basado en la interpretación de la información proporcionada por los jefes de agencia entrevistados.

Pregunta 1.- ¿Cuáles son los productos que más solicitan los microempresarios?

De las opciones dadas el 67% de los encuestados manifestaron que los productos que más solicitan son los préstamos, debido a que los usuarios los utilizan para realizar inversión, hacer crecer su negocio y refinanciar sus deudas; un 17% de microempresarios en el sector agrícola solicitan tarjetas de crédito y cuentas corrientes. En la figura 20 se muestran los resultados.

Figura 20.

Productos financieros más solicitados por empresarios del distrito de San Vicente



Nota. La figura 20 muestra los productos que más solicitan los microempresarios. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur.

Pregunta 2.- ¿Cuáles son las líneas de financiamiento a las que tienen acceso los microempresarios del segmento de acumulación ampliada?

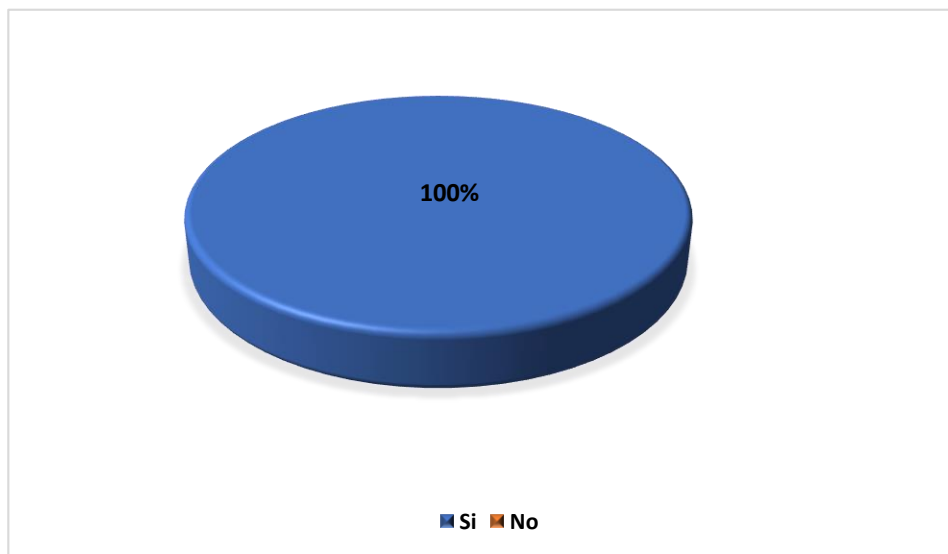
Los cuatro entrevistados coincidieron que los microempresarios tienen acceso a Capital de Trabajo y Capital de Inversión. Además, dos manifestaron que tienen acceso a adquisición y mejora de vivienda o locales. También comentaron sobre Capital Fijo (maquinaria y equipo); compra de vehículos para trabajo y una de las financieras que se entrevistó indicó que tienen líneas especiales a las que le denominan Credi-soluciones, Credi-confiados y Credi-Consolidación que para ellos es como un plus o una alternativa que les brindan a los microempresarios para que emprendan en su negocio.

Pregunta 3.- Los microempresarios, ¿Conocen cuáles son las condiciones de las líneas a las que tienen acceso?

De la figura 21, se puede analizar que el 100% de las jefaturas de las agencias de instituciones financieras que se entrevistaron, indicaron que sí los microempresarios conocen sobre las condiciones de las líneas a las que tienen acceso; ya que los ejecutivos y demás personal que labora en las instituciones financieras les brindan información sobre las diferentes líneas que ofrece la entidad, además les proporcionan hojas volantes o brochure en donde plasman más información.

Figura 21.

Conocimiento de los microempresarios de las condiciones de las líneas a las que tienen acceso



Nota. La figura 21 muestra el conocimiento de los microempresarios de las condiciones de las líneas a las que tienen acceso. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur.

Pregunta 4.- Para la institución financiera que usted representa, ¿Considera importante la Educación Financiera para los microempresarios?

De los jefes de agencias de las instituciones financieras entrevistados el 100% indicaron que, si es importante la Educación Financiera para los microempresarios, porque de esa manera evitaran sobre endeudarse, hacer uso correcto del crédito, trabajar ordenadamente, aprender a cómo llevar mejor el negocio y no afectar su record crediticio, dado a que por no contar con los conocimientos adecuados sobre Educación Financiera muchas veces no pagan o abonan en la fecha establecida y no manejan adecuadamente el financiamiento dado. En la figura 22 se muestran los resultados.

Figura 22.

Importancia de la Educación Financiera para los microempresarios



Nota. La figura 22 muestra la importancia de la Educación Financiera para los microempresarios.

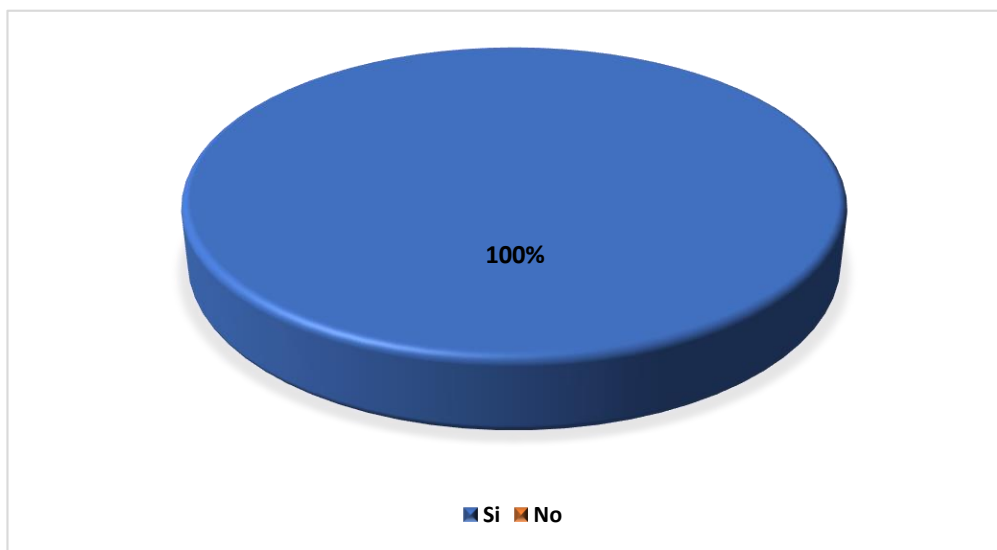
Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur.

Pregunta 5.- ¿Se les brinda capacitación a los microempresarios en Educación Financiera?

Ante esta interrogante se tiene que el 100% de los entrevistados manifiestan que por parte de la institución financiera que representan les brindan capacitación sobre Educación Financiera a los microempresarios, con el objeto de apoyar al fortalecimiento de las capacidades de los usuarios y de esa manera impulsarlos en su negocio y acompañarlos en su crecimiento. En la figura 23 se muestran los resultados.

Figura 23.

Se les brinda capacitación a los microempresarios en Educación Financiera



Nota. La figura 23 muestra si se les brinda capacitación a los microempresarios en Educación Financiera. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur

Pregunta 6.- De ser afirmativa la anterior pregunta. ¿Qué temáticas brinda la Institución Financiera que usted representa?

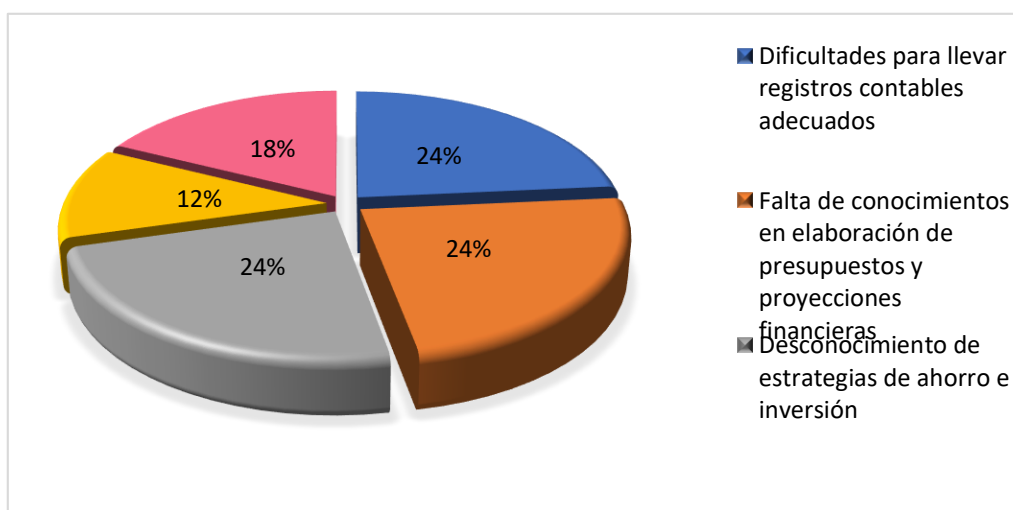
Los entrevistados manifestaron que se les brinda capacitación sobre el manejo de Ingresos y egresos generados por su actividad económica; Costeo sobre productos, Rentabilidad de sus negocios, Manejo de presupuestos, Combate sobre el endeudamiento; Cuido del record crediticio; Balance Financiero, Registro Contables y una de las instituciones financieras agrego que socializan un juego denominado Agropolys el cual tocan el tema de inversión, pagos, rentabilidad; cabe mencionar que dicho juego su objeto es generar conciencia a través del juego de mesa sobre la importancia del ahorro, uso adecuado del dinero y beneficios del sistema financiero.

Pregunta 7- ¿Cuáles considera que son los principales retos que enfrentan los microempresarios en la gestión financiera de su negocio?

Los resultados de la encuesta muestran que un 24% de los jefes de agencias coinciden en que los principales retos que enfrentan los microempresarios en la gestión financiera son la dificultad para llevar registros contables adecuados, falta de conocimientos en la elaboración de presupuestos y proyecciones financieras y el desconocimiento de estrategias de ahorro e inversión; además un 18% menciona que la falta de conocimiento sobre impuestos y obligaciones fiscales es un reto a los que se enfrentan los microempresarios y el resto que es un 12% presentan dificultad para obtener financiamiento.

Figura 24.

Principales retos que enfrentan los microempresarios en la Gestión Financiera



Nota. La figura 24 muestra los principales retos que enfrentan los microempresarios en la Gestión Financiera. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur

Pregunta 8- ¿Considera usted, que con la asesoría o temáticas impartidas abonan a los principales retos que enfrentan los microempresarios en la gestión financiera del negocio?

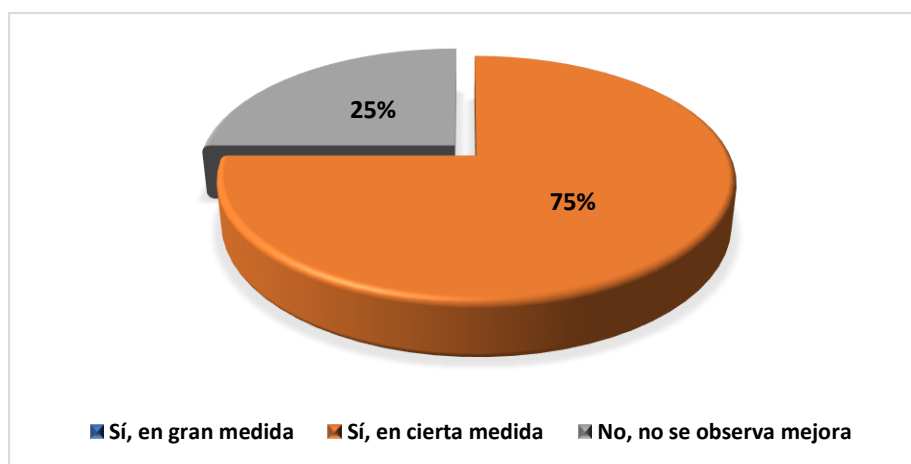
Conforme a la información vertida por parte de los jefes de agencia manifestaron que es un porcentaje reducido en el que se logra impactar de manera positiva en los microempresarios, además que es necesario que se aproveche los insumos tecnológicos para que los microempresarios hagan negocio y mejoren sus ingresos; debido a que la mayoría poseen un nivel de educación bajo, lo cual dificulta el uso de la tecnología (uso de redes sociales, aplicaciones, dispositivos). Asimismo, una de las encuestadas indico que es necesario que se cuenten con más instituciones que ayuden al tema de la Educación Financiera y se le dé el seguimiento debido.

Pregunta 9- ¿Ha observado alguna mejora en la gestión financiera de los microempresarios, luego de participar en programas de Educación Financiera que la institución que usted representa les ha brindado?

Con base a las encuestas realizadas a los jefes de agencia de instituciones financieras del distrito de San Vicente el 75% manifestó que en cierta medida se ha observado mejora en la gestión financiera de los microempresarios, luego de que participen en programas de Educación Financiera, esto se debe a que les ha ayudado a que tomen mejores decisiones, muchos han crecido en su negocio, han sabido diferenciar entre los gastos personales/familiares con los del negocio; y el resto que es el 25% indican que no observa mejora, debido a que muchos continúan sobre endeudándose y con mal record crediticio. En la figura 25 se muestran los resultados.

Figura 25.

Apreciación sobre mejora en la Gestión Financiera de los Microempresarios, luego de participar en programas de Educación Financiera.



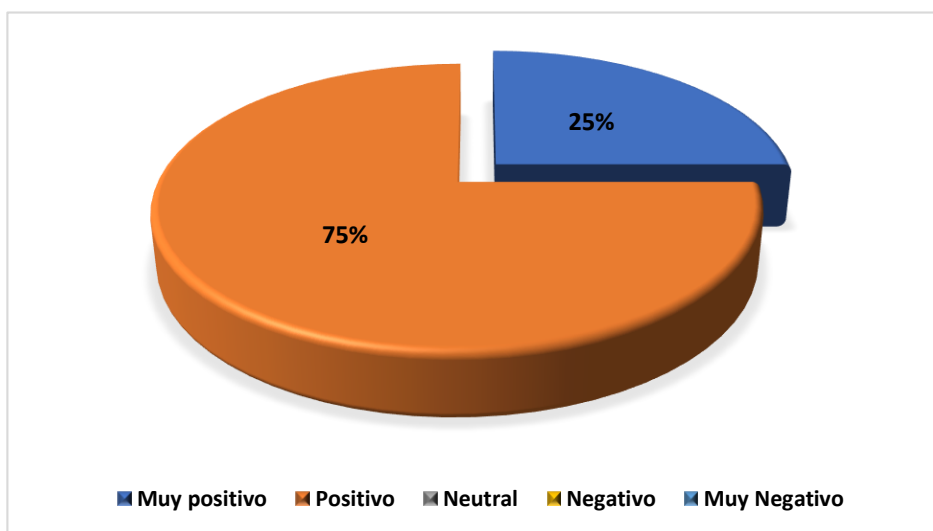
Nota. La figura 25 muestra si se ha observado mejora en la Gestión Financiera de los microempresarios, luego de participar en programas de Educación Financiera. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur.

Pregunta 10- ¿Cuál considera que es el impacto de la Educación Financiera en la Gestión sostenible de los microempresarios?

El 75% de los jefes de agencia entrevistados indicaron que para ellos impacta de manera positiva la Educación Financiera en la gestión sostenible de los microempresarios y el resto que es un 25% Muy Positivo impacta la Educación Financiera; concluyendo los entrevistados que dicha temática abona a que tomen mejores decisiones para obtener mayores beneficios en el negocio; además que contarán con conocimientos y desarrollaran habilidades para identificar y evaluar riesgos a los que ellos pueden verse inmersos.

Figura 26.

Impacto de la Educación Financiera en la Gestión sostenible de los microempresarios.



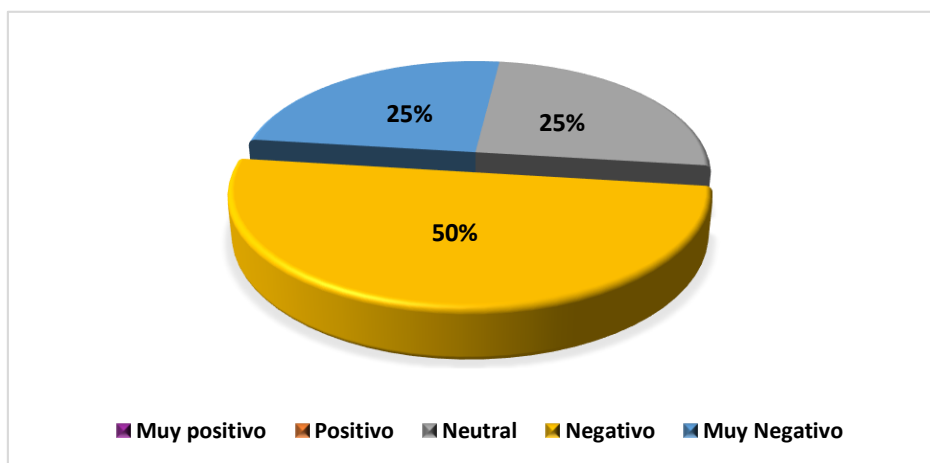
Nota. La figura 26 muestra el impacto de la Educación Financiera en la gestión sostenible de los microempresarios. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur

Pregunta 11- ¿Cómo impacta a la institución financiera que usted representa la falta de Educación Financiera de sus clientes?

El 50% y el 25% de los jefes de agencia de instituciones financieras encuestados juntos forman un 75% de la muestra, se puede entender que en su mayoría manifiestan que impacta de manera negativa a muy negativa la falta de Educación Financiera de los microempresarios afectándolos en la toma de decisiones, debido a que no hacen diferencia entre sus finanzas personales y las del negocio, no cuentan con una planificación y esto hace que ellos se sobre endeuden lo que conlleva a que muchas veces no paguen en el tiempo establecido y como resultado caen en mora; y eso implica que como financieras se incrementa su cartera morosa poniendo en peligro la sobrevivencia de la entidad y el resto que es el 25% considera que es de manera neutral, En la figura 27 se muestran los resultados.

Figura 27.

Impacto de la falta de Educación Financiera de los microempresarios en las instituciones financieras



Nota. La figura 27 muestra cómo impacta la falta de Educación Financiera en los microempresarios. Fuente: Entrevista a cuatro instituciones financieras del Distrito de San Vicente, San Vicente Sur

Pregunta 12- ¿Qué aspectos específicos cree que mejorarían en la gestión financiera de los microempresarios después de recibir educación financiera?

Para los Jefes de Agencias de las instituciones financieras del distrito de San Vicente consideran algunos aspectos específicos como el manejo de inventarios, controlar el sobre endeudamiento, conocimientos contables, control de ventas y compras, utilización o inversión del dinero (que les permita reinvertir y capitalizar sus negocios), puntualidad en el pago, el uso eficiente de recursos (papelería, maquinaria y equipo, vehículos); Costeo adecuado de productos y fijación de precio de venta.

Pregunta 13- ¿Desde su perspectiva en que temáticas debería orientarse un Plan de Educación Financiera?

Según lo expresado por los Jefes de Agencia, las temáticas en un Plan de Educación Financiera deben orientarse en el uso eficiente de los recursos (Dinero, Control de Gastos, etc.), Conceptos de Contabilidad e Inversión Básica, Aprovechamiento de la Tecnología para hacer negocio y elevar sus ingresos, Control de endeudamiento, Rentabilidad del negocio, conocimiento sobre liquidez, Estrategias de ahorro, Elaboración de presupuestos.

En resumen, los resultados de este cuestionario dirigido a instituciones financieras, reflejan la percepción que tienen las jefaturas de líneas de crédito de instituciones financieras o jefes de agencia, manifestando en un 75% de la muestra que impacta de manera negativa a muy negativa la falta de Educación Financiera de los microempresarios afectándolos en la toma de decisiones, por lo que ellos consideran que es importante que los propietarios de negocios conozcan sobre la temática antes mencionada, debido a que han observado en cierta medida

alguna mejora en la gestión financiera cuando los microempresarios participan en programas relacionado a las finanzas.

4.3.Propuesta de un Plan de Educación Financiera para Microempresarios de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente.

En nuestro país las microempresas son parte fundamental para el sustento de la economía, debido a que estos pequeños negocios son la principal fuente de ingresos de los propietarios y empleados, quienes contribuyen significativamente al crecimiento económico local y nacional. No obstante, los microempresarios enfrentan grandes desafíos en el desarrollo de sus labores, desde la falta de acceso a financiamiento, no poseer conocimientos financieros, recursos limitados. En este contexto, es importante mencionar, que para el buen funcionamiento de dichas empresas deben de poseer bases sólidas y no solamente en el ámbito económico, sino en los procesos de formación, por lo tanto, esto se puede lograr a través de un Plan de Educación Financiera el cual sea impartido a través de procesos de formación que ayuden a tener una mejor cultura financiera, en donde se les pueda dotar de herramientas, habilidades y conocimientos para adoptar decisiones apropiadas.

Bajo este contexto y de acuerdo a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se ha logrado identificar temas trascendentales para la operatividad de las actividades de los microempresarios , los cuales se presentan en la siguiente propuesta de Plan de Educación Financiera, y para la ejecución del Plan se debe de desarrollar con el Método Interactivo de Enseñanza (MIE) con el objeto de que se tenga una comunicación activa y colaborativa entre instructores-participantes y la utilización de diferentes herramientas visuales para la ejecución del proceso formativo.

*4.3.1. Plan de educación financiera para microempresarios de acumulación
ampliada del distrito de San Vicente.*

Índice

1. Manejo de Flujo de Efectivo y Presupuesto
 - 1.1. Plan de Lección de Presupuesto
 - 1.2. Plan de Lección de Proyección de Ventas y Gastos
 - 1.3. Plan de Lección de Flujo de Efectivo
2. Plan de Lección de Gestión de Inventarios
3. Plan de Lección de Marketing Digital

1. MANEJO DE FLUJO DE EFECTIVO Y PRESUPUESTO.

1.1. Plan de Lección de Presupuesto

<i>Nombre de la Lección</i>	PRESUPUESTO
<i>Duración sugerida</i>	240 Minutos.
<i>Propósito de la lección</i>	Proporcionar a los microempresarios información, para que posean un panorama financiero actualizado que facilite la toma de decisiones y fomente el crecimiento de la empresa.
<i>Número de participantes</i>	20 participantes.
<i>Facilitadores / Asistentes</i>	
<i>Puntos principales a desarrollar</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Presupuesto ✓ Características del Presupuesto ✓ Pasos para elaborar un presupuesto ✓ Cómo elaborar un presupuesto
<i>Materiales y equipos</i>	Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos, Material del Participante.
<i>Notas generales</i>	Verificación de los materiales para el desarrollo de la lección tales como Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos.
<i>Objetivo general</i>	Al finalizar el estudio los participantes serán capaces de elaborar un presupuesto.
<i>Objetivos específicos</i>	Al finalizar la lección, Los participantes serán capaces de: <ul style="list-style-type: none"> 1. Definir Presupuesto

	<p>2. Mencionar las características del Presupuesto</p> <p>3. Describir los pasos para elaborar un Presupuesto</p> <p>4. Elaborar un presupuesto.</p>	
AYUDAS	CONTENIDO	NOTAS
TR 1-1	<p>1. Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del Facilitador. 	Solicitar un participante que lea los objetivos.
TR 1 -2	<ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de la lección. ○ Presentación de los objetivos de la lección 	
TR 1-3	<p>2. Desarrollo</p> <p>Definición de Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para Cárdenas “es la acción de todas las estimaciones de ingresos y gastos en un periodo contable subsiguiente” (URBS, pág. 9) • El presupuesto es una herramienta de planificación que, de una forma determinada, integra y coordina las áreas, actividades, departamentos y responsables de una organización, y que expresa en términos monetarios, los ingresos, gastos y recursos que se generan en un periodo determinado para cumplir con los objetivos fijados en la estrategia. (Muñiz, 2009) 	
TR 1 - 4	<ul style="list-style-type: none"> • Un presupuesto es un plan de las operaciones y 	Solicitar a un participante que lea la definición.

<p>TR 1 - 5</p>	<p>recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. (Nacional financiera Banca de Desarrollo, s.f.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El presupuesto es en sí una herramienta de control y planeación. Es de control, en la medida en que permite la evaluación de las condiciones actuales de una empresa y su entorno. Además, el presupuesto, es cien por ciento una herramienta de planeación, ya que establece objetivos que deben ser alcanzados por una organización. (Unidad de Apoyo para el aprendizaje, s.f.) <p>Características del Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es regular. Se realiza en periodos de <u>tiempo</u> determinados. • Es integral. Toma en cuenta a todos los sectores y áreas de la organización. • Es previsivo. Busca prever y organizar un período de tiempo futuro. • Es cuantitativo. Utiliza una unidad monetaria para representar el plan de acción. 	<p>Solicitar a un participante que lea la última definición.</p> <p>Solicitar a un participante que lea las características.</p>
-----------------	--	--

<p>TR 1 – 6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Está orientado a fines. Busca la concreción de metas generales o particulares. • Es detallado. Incluye toda la información necesaria para la <u>descripción</u> de situaciones. • Es realista. Realiza proyecciones en base a datos concretos y fidedignos. (URBS) <p>Pasos para elaborar un Presupuesto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica tus ingresos <p>Para comenzar, es necesario identificar tus ingresos, tanto fijos como variables, ambos libres de impuestos. Recuerda que los ingresos fijos son aquellos que recibes con una periodicidad constante y por un monto establecido. Por otro lado, los ingresos variables son aquellos que no son recurrentes y no tienen un monto establecido como lo son, por ejemplo, los bonos, vales, comisiones, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica tus gastos <p>Recuerda que los gastos son todas esas salidas de dinero que realizamos para adquirir un bien o un servicio. No importa qué tan pequeños sean, siempre hay que saber qué está saliendo de nuestro bolsillo y evitar así los famosos gastos hormiga. Así, podrás identificar qué</p>	<p>Solicitar a un participante que lea el primer paso.</p> <p>Solicitar a un participante que</p>
-----------------	---	---

<p>TR 1 – 7</p>	<p>gastos podrías recortar para ahorrar o destinar esa cantidad para otra cosa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasifica tus gastos <p>Puedes clasificar tus gastos en fijos y variables, los cuales pertenecen a dos grandes categorías, necesarios y no necesarios:</p> <p><u>Los gastos fijos</u> son aquellas obligaciones que tienen una regularidad determinada y su importe está definido.</p> <p>Por otro lado, <u>los gastos variables</u> son todos esos gastos que no están definidos y cambian de acuerdo con las actividades o consumo realizado en un periodo de tiempo. Sin embargo, es importante reconocer que algunos de estos gastos son esenciales para mantener un nivel básico de vida y funcionamiento (necesarios), mientras que otros pueden ser ajustables o evitables (no necesarios).</p>	<p>lea el segundo paso</p>
<p>TR 1 – 8</p>	<p>Entre los gastos fijos necesarios se encuentran el pago de tu hipoteca o renta, pago de seguros e impuestos relacionados con la propiedad, el uso del transporte que necesitas para tus actividades diarias, entre otros. Por el otro lado, los gastos variables necesarios van a cambiar de acuerdo con tu consumo de cada mes o según imprevistos, por ejemplo, el pago de servicios (agua,</p>	<p>Solicitar a un participante que lea la categoría de los gastos fijos</p>

<p>TR 1-9</p>	<p>luz, internet, telefonía, por ejemplo), tu alimentación básica, tu consumo de gasolina, ropa, productos de limpieza, visitas al doctor o gastos de emergencia.</p> <p>Entre los gastos fijos no necesarios, se encuentran suscripciones a servicios de streaming o membresías a clubes o gimnasios; mientras que los gastos variables no necesarios representan entretenimiento y ocio, como salidas a restaurantes, al cine, conciertos, compras de lujo, entre otros. (Santander, 2022)</p> <p>Como elaborar un Presupuesto</p> <p>Para elaborar el Presupuesto realizamos los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se proyectaron las ventas con base a históricos de 5 años, utilizando formula de Excel <i>Pronostico. Línea</i>, (Ver Anexo 3) el cual nos arroja las proyecciones del año 2025 para el ejemplo a mostrar (Se adjunta formato) • Se proyectaron los Costos de Producción con base a un 50% de los ingresos proyectados. • Los costos fijos se proyectaron de acuerdo a datos históricos de 5 años (Ver Anexo 8) y con supuestos de nuevos costos o incrementos que se van a obtener en el próximo año (Ver Anexo 	<p>Elaborar y llenar Plantilla de Excel de Presupuesto.</p>
---------------	--	---

	<p>4)</p> <ul style="list-style-type: none">• Finalmente se obtiene el Flujo de Operación. Se adjunta (Ver Anexo 5) donde se encuentra plantilla para registrar los datos de sus Ingresos y Costos del negocio.• Además, se presenta un Presupuesto Consolidado (Ver Anexo 6), haciendo una comparación con el que se proyecta para el 2025 con las operaciones reales del mismo año. (Ver Anexo 7) <p>3. Cierre</p> <ul style="list-style-type: none">• Para cualquier información revisar su material de Referencia.• Gracias por su atención prestada.• A continuación la lección de Proyección de Ventas y Gastos.	
--	--	--

1. MANEJO DE FLUJO DE EFECTIVO Y PRESUPUESTO.

1.2. Plan de Lección de Proyección de Ventas y Gastos

<i>Nombre de la Lección</i>	PROYECCIÓN DE VENTAS Y PROYECCIÓN DE GASTOS
<i>Duración sugerida</i>	240 Minutos.
<i>Propósito de la lección</i>	Proporcionar a los microempresarios información, para que estimen cuáles serán las ventas y gastos esperados para un periodo determinado.
<i>Número de participantes</i>	20 participantes.
<i>Facilitadores / Asistentes</i>	
<i>Puntos principales a desarrollar</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Proyección de Ventas ✓ Importancia de la Proyección de Ventas ✓ Elementos de la Proyección de Ventas ✓ Definición de Proyección de Gastos ✓ Pasos para realizar la Proyección de Gastos ✓ Importancia de la Proyección de Gastos ✓ Principales categorías para la Proyección de Gastos ✓ Cómo elaborar la Proyección de Ventas y Gastos
<i>Materiales y equipos</i>	Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos, Material del Participante.
<i>Notas generales</i>	Verificación de los materiales para el desarrollo de la lección tales como Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones,

	Papelógrafos.	
Objetivo general	Al finalizar el estudio los participantes serán capaces de elaborar la Proyección de Ventas y Gastos del periodo.	
Objetivos específicos	Al finalizar la lección, Los participantes serán capaces de: <ol style="list-style-type: none"> 1. Definir Proyección de Ventas y Gastos. 2. Explicar la importancia de la Proyección de Ventas y Gastos 3. Mencionar los elementos de la Proyección de Ventas 4. Describir las principales categorías de la Proyección de gastos 5. Elaborar supuestos para Proyectar ventas y gastos. 	
AYUDAS	CONTENIDO	NOTAS
TR 1-10 TR 1 -11	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del Facilitador. ○ Presentación de la lección. ○ Presentación de los objetivos. • Desarrollo 	Solicitar un participante que lea los objetivos.
TR 1-12	<p>Definición de Proyección de Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el cálculo aproximado de ventas e ingresos que una empresa debe generar en un determinado período de tiempo (mensual, trimestral, semestral o anual). • Una proyección de ventas predice los futuros ingresos por ventas usando 	Solicitar a un participante que lea una definición.

<p>TR 1 - 13</p>	<p>información de negocios pasada. También puede predecir el número total de unidades que podrías vender de un producto nuevo, los clientes que ganarás o las membresías que venderás en un período determinado. (Asana, 2024)</p> <p>Importancia de la Proyección de Ventas</p> <p>Es una herramienta importante que se utiliza para supervisar el estado de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Predice la demanda: cuando tienes una idea de cuántas unidades podrías vender, puedes adelantarte a la producción. • Te ayuda a realizar inversiones inteligentes: si tienes objetivos futuros de expandir tu negocio a nuevas ubicaciones o con productos nuevos, saber cuándo contarás con los ingresos para hacerlo es importante. • Contribuye a la definición de objetivos: la proyección de tus ventas puede ayudarte a definir objetivos fuera de las inversiones, como superar a la competencia o contratar a nuevos miembros del equipo. 	<p>Solicitar a dos participantes que brinde su opinión y porque es importante la Proyección de Ventas.</p>
<p>TR 1 - 14</p>		

TR 1 – 15	<ul style="list-style-type: none">• Guía los gastos: la proyección de tus ventas puede ser la llamada de atención que necesitas para establecer un presupuesto y usar el control de costos para reducir los gastos.• Mejora el proceso de ventas: puedes cambiar tu proceso de ventas actual en función de las proyecciones de ventas con las que no estés satisfecho.• Destaca los problemas financieros: tu plantilla para proyección de ventas te abrirá los ojos a áreas problemáticas que quizás no hubieras notado de otra manera.• Un buen pronóstico de ventas permite a las empresas predecir ingresos de ventas alcanzables, asignar recursos de manera eficaz y crear un plan de crecimiento sostenido para el porvenir. Esto significa que funcionan como pilar de toda estrategia comercial, planeación financiera o diseño de producto.• Su importancia radica en que solo con base en ellos se pueden invertir los recursos de	
-----------	---	--

<p>TR 1 – 16</p>	<p>manera responsable, así como definir los objetivos reales de una empresa a corto, mediano y largo plazo. (Asana, 2024)</p> <p>Elementos de la Proyección de Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periodo de análisis <p>Este dato forma parte de la metodología que debes aplicar a tu estudio y consiste en la franja de tiempo para la que servirá tu pronóstico. Generalmente el periodo de análisis se basa en meses, bimestres, semestres o años, pero todo dependerá de tus objetivos. Asimismo, es importante mencionar que los pronósticos de ventas solo tienen vigencia para el periodo que los realizas. Una vez que hayas verificado que tu pronóstico fue acertado o no, los datos de esas ventas te servirán para nutrir tu histórico comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Histórico de ventas <p>El histórico de ventas es un dato interno que revela cómo se ha comportado comercialmente tu empresa a lo largo del tiempo. La mayor parte de los pronósticos de ventas parten de este valor para determinar cuántas operaciones cerrarán en el siguiente periodo. Cuando este dato revela un</p>	<p>Solicitar a un participante que lea los elementos de la Proyección de ventas</p>
------------------	--	---

<p>TR 1 – 17</p>	<p>decrecimiento en las ventas, puedes intuir que en los siguientes periodos continuarán disminuyendo. Si, por el contrario, has notado un alza, podrás pronosticar un aumento proporcional en los periodos siguientes. Sin embargo, los pronósticos de ventas que utilizan únicamente este valor pueden caer en malas apreciaciones. Por ello, debes utilizar otros datos para dar mayor certidumbre a tu estimación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento del mercado <p>La norma es que las empresas no se encuentran solas en su nicho, sino que hay otros competidores comerciales en el sector. Al sumar este dato a tu pronóstico, puedes estimar de mejor manera si habrá cambios en tus ventas, ya sea porque la competencia ha sacado un producto con más funcionalidades o porque tus competidores hayan perdido consumidores.</p>	
<p>TR 1 – 18</p>	<p>Este dato es también fundamental para los emprendimientos y proyectos de negocios de reciente creación, ya que no tienen un histórico propio de ventas, pero pueden sacar provecho del comportamiento de la competencia.</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos del consumidor <p>Más adelante veremos que los hábitos del consumidor son realmente importantes para hacer un buen pronóstico de ventas. Al final del día, lo que quieres es ofrecer un producto que se venda y, si no conoces las necesidades del cliente, no podrás concertar operaciones comerciales.</p> <p>Cuando el estudio de los hábitos del consumidor se acompaña de un histórico de ventas puedes estimar cuánto venderás en momentos específicos del año, como en la época navideña o en el día de los enamorados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta comercial <p>Si bien es cierto que las empresas pueden pronosticar sus ingresos futuros de una forma general, al realizar un pronóstico de ventas tienes que ser lo más concreto posible. Esto se debe a que tu interés no es saber cuánto ganarás, sino cuánto vas a vender.</p> <p>Por eso, uno de los elementos que debes tomar en consideración es el producto que someterás a la evaluación. Piensa en cuántas unidades posees del</p>	<p>Solicitar a un participante que lea los hábitos del consumidor.</p>
--	---	--

<p>TR 1 – 19</p>	<p>producto, cuánto costará al público y qué expectativas tienen de él para integrar esta variable a tus pronósticos. (Clavijo, 2019)</p>	<p>Que un participante lea una definición.</p>
<p>TR 1 – 20</p>	<p>Definición de Proyección de Gastos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implica estimar cuánto dinero gastará su empresa en diversas categorías como alquiler, servicios públicos, salarios, impuestos, marketing, etc. Durante un período de tiempo determinado, generalmente un mes, un trimestre o un año. • Es una habilidad vital para cualquier propietario o gerente de negocio, ya que puede ayudarlo a planificar con anticipación, administrar su flujo de caja, analizar su rentabilidad y mitigar sus riesgos. (FasterCapital, 2024) <p>Pasos para realizar la Proyección de Gastos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reúna datos históricos: la mejor manera de comenzar su proyección de gastos es observar sus registros anteriores y analizar sus patrones de gastos anteriores. Puede 	

<p>TR 1-21</p>	<p>utilizar sus estados financieros, como su estado de resultados y su estado de flujo de efectivo, para identificar sus principales categorías de gastos y sus montos. También puede utilizar software o herramientas de contabilidad para organizar y visualizar sus datos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifica gastos fijos y variables: Los gastos fijos son aquellos que se mantienen constantes o cambian ligeramente independientemente de tu actividad empresarial, como alquiler, seguros, salarios, etc. Los gastos variables son aquellos que varían dependiendo de tu actividad empresarial, como materias primas, servicios públicos, comisiones, etc. Debes separar tus gastos fijos y variables, ya que requieren diferentes métodos de proyección. • Proyectar gastos fijos: para proyectar sus gastos fijos, puede utilizar los datos históricos como base y ajustarlos según cualquier cambio esperado o inflación. Por 	<p>Que un participante lea el segundo paso para realiza la proyección de gastos.</p>
----------------	---	--

<p>TR 1-22</p>	<p>ejemplo, si sabe que su alquiler aumentará un 5% el próximo año, puede multiplicar su alquiler actual por 1,05 para obtener su alquiler proyectado. También puede utilizar puntos de referencia o promedios de la industria para comparar sus gastos fijos con negocios similares y asegurarse de que sean razonables y competitivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectar gastos variables: Para proyectar tus gastos variables, necesitas estimar tu volumen de ventas e ingresos, ya que afectan directamente tus gastos variables. Puede utilizar sus datos históricos, investigaciones de mercado, comentarios de los clientes o tendencias de la industria para pronosticar sus ventas e ingresos. Luego, puede utilizar su índice de gastos variables, que es el porcentaje de sus gastos variables con respecto a sus ingresos, para calcular sus gastos variables proyectados. • Revisa tu proyección: una vez que hayas proyectado tus gastos, debes revisarlos y asegurarte de que sean realistas, precisos y 	<p>Que el facilitador solicite que un participante el paso para proyectar gastos variables.</p>
----------------	---	---

<p>TR 1-23</p>	<p>consistentes. Puede utilizar varios métodos para verificar su proyección, como el análisis de sensibilidad, que implica cambiar una o más variables y observar el impacto en su proyección, o el análisis de escenarios, que implica crear diferentes escenarios y comparar sus resultados. También necesita revisar su proyección periódicamente y actualizarla con nueva información o cambios en su entorno empresarial. (FasterCapital, 2024)</p> <p>Importancia de la Proyección de Gastos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar sus entradas y salidas de efectivo. <p>Al proyectar sus gastos, también puede estimar sus ingresos y flujo de caja para cada período. Esto puede ayudarle a evitar la escasez de efectivo, planificar para contingencias y asignar sus recursos de manera eficiente. Por ejemplo, si sabe que sus gastos alcanzarán su punto máximo en un mes determinado debido a una compra importante o una demanda estacional, puede ajustar su entrada de</p>	<p>Que el facilitador solicite a cuatro participantes que brinden su opinión de la importancia de la Proyección de Gastos antes de mostrar la transparencia.</p>
----------------	--	--

TR 1-24	<p>efectivo aumentando sus ventas, obteniendo un préstamo o retrasando algunos pagos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Crear presupuestos realistas y flexibles. La elaboración de presupuestos es el proceso de establecer objetivos y límites financieros para su negocio en función de sus ingresos y gastos esperados. Al utilizar su proyección de gastos, puede crear presupuestos que estén alineados con sus necesidades y capacidades reales y que puedan adaptarse a circunstancias cambiantes. Por ejemplo, si su proyección de gastos muestra que sus costos aumentarán debido a la inflación, puede revisar su presupuesto en consecuencia y buscar formas de reducir sus gastos o aumentar sus ingresos.• Monitorear y mejorar su rentabilidad. La rentabilidad es la medida de cuántas ganancias obtiene su negocio después de deducir todos sus gastos. Al utilizar su proyección de gastos, puede realizar un seguimiento y analizar su rentabilidad a lo largo del tiempo e identificar áreas de	
---------	--	--

<p>TR 1-27</p>	<p>renegociación o terminación de contratos, o cambios en las tasas o regulaciones impositivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos variables: Son los gastos que varían dependiendo de tu volumen de ventas o actividad comercial. Incluyen cosas como materias primas, inventario, embalaje, envío, comisiones, publicidad e impuestos. Los gastos variables son más difíciles de proyectar, ya que es necesario hacer suposiciones y pronósticos sobre su volumen de ventas y actividad comercial, y cómo afectarán sus costos. Puede utilizar datos históricos, puntos de referencia de la industria, estudios de mercado o comentarios de los clientes para estimar sus gastos variables, pero también debe estar preparado para ajustarlos a medida que cambien las condiciones de su negocio. (FasterCapital, 2024) <p>Cómo elaborar la Proyección de Ventas y Gastos</p>	<p>Elaborar y llenar Plantilla de Excel de Proyecciones.</p>
----------------	---	--

	<p>Para elaborar la Proyección de Ventas y Gastos se realizó a través de los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Para proyectar sus ventas para el año 2025, se utiliza una fórmula de Excel <i>Pronostico. Lineal</i>, (Ver Anexo 3) tomando como base el historial de ingresos que ha tenido por 5 años (se adjunta la plantilla correspondiente (Ver Anexo 8)• Y para proyectar los Gastos se realizó con base a históricos de los Gastos (Fijos y Variables) que ha tenido por 5 años el negocio (Ver Anexo 8); estableciendo supuestos (Ver Anexo4) de nuevos costos que se obtendrán en el próximo año. <p>Cierre</p> <ul style="list-style-type: none">• Para cualquier información revisar su material de Referencia.• Gracias por su atención prestada.• A continuación la lección de Flujo de Efectivo	
--	---	--

1. MANEJO DE FLUJO DE EFECTIVO Y PRESUPUESTO.

1.3. Flujo de Efectivo

<i>Nombre de la Lección</i>	FLUJO DE EFECTIVO
<i>Duración sugerida</i>	240 Minutos.
<i>Propósito de la lección</i>	Proporcionar a los microempresarios información, para que puedan evaluar la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez que ésta tiene.
<i>Número de participantes</i>	20 participantes.
<i>Facilitadores / Asistentes</i>	
<i>Puntos principales a desarrollar</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concepto de Flujo de Efectivo ✓ Clasificación del Flujo de Efectivo ✓ Como realizar un Estado de Flujo de Efectivo
<i>Materiales y equipos</i>	Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos, Material del Participante.
<i>Notas generales</i>	Verificación de los materiales para el desarrollo de la lección tales como Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos.
<i>Objetivo general</i>	Al finalizar el estudio los participantes serán capaces de elaborar un Flujo de Efectivo.
<i>Objetivos específicos</i>	Al finalizar la lección, Los participantes serán capaces de:

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar en qué consiste el Flujo de Efectivo 2. Describir la clasificación del Flujo de Efectivo 3. Elaborar un Flujo de Efectivo del negocio. 	
AYUDAS	CONTENIDO	NOTAS
TR 1-28	<p>1. Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del Facilitador. 	Solicitar un participante que lea los objetivos.
TR 1 -29	<ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de la lección. ○ Presentación de los objetivos. 	
TR 1-30	<p>2. Desarrollo</p> <p>Concepto de Flujo de Efectivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El término flujo de efectivo se utiliza para designar los cobros menos los pagos en efectivo durante un periodo seleccionado. Es una estimación del importe de dinero que espera que entre y salga de su empresa e incluye todos sus ingresos y gastos previstos. (Microsoft, 2024) • El flujo de efectivo es una herramienta financiera fundamental para cualquier empresa, sin importar su tamaño o industria. Es una representación detallada de los movimientos de dinero que ingresan y salen 	

<p>TR 1 - 31</p>	<p>de la empresa en un período específico, por lo general, un mes o un año.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una gestión adecuada del flujo de efectivo es esencial para mantener la salud financiera de una empresa. Te permite identificar tendencias, prever posibles problemas financieros y tomar decisiones estratégicas informadas. (Contpaqi, s.f.) <p>Clasificación del Flujo de Efectivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de efectivo de operaciones: Esta sección muestra las transacciones relacionadas con las actividades comerciales regulares de la empresa. Incluye ingresos por ventas, gastos operativos, pagos a proveedores, recibos de clientes y otros movimientos financieros diarios. Es esencial para comprender si la empresa genera o consume efectivo en sus operaciones normales. • Flujo de efectivo de inversión: Aquí se registran todas las actividades relacionadas con la inversión, como la compra o venta de 	<p>Solicitar a tres participantes que lea cada clasificación.</p>
------------------	--	---

<p>TR 1 - 32</p>	<p>activos fijos, inversiones financieras, préstamos concedidos o recibidos. Esta sección te informa sobre cómo se están utilizando los recursos para expandir o mejorar la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de efectivo de financiamiento: Esta parte refleja las transacciones relacionadas con el financiamiento de la empresa, como préstamos, emisión de acciones, devolución de deudas y dividendos pagados a los accionistas. Ayuda a entender de dónde proviene el capital y cómo se gestionan las obligaciones financieras. (Conpaqi, s.f.) <p>Como realizar un Estado de Flujo de Efectivo</p> <p>Para la elaboración del Estado de Flujo de Efectivo se inicia con los Ingresos del periodo menos los Costos fijos y Variables del negocio; de lo cual se obtiene el Efectivo Neto provenientes de las Actividades de Operación. A lo anterior se adiciona el Flujo de las Actividades de Inversión y además se agrega las Actividades de Financiamiento para obtener finalmente el Flujo de Efectivo Total.</p>	<p>Elaborar y llenar Plantilla de Excel de Flujo de Efectivo con los microempresarios</p>
------------------	---	---

	<p>Es importante mencionar que se tiene al inicio el saldo del efectivo final del ejercicio anterior, el cual será el inicial para el periodo actual.</p> <p>Se adjunta (Ver Anexo 9) en donde se encuentra plantilla.</p> <p>3. Cierre</p> <ul style="list-style-type: none">• Para cualquier información revisar su material de Referencia.• Gracias por su atención prestada.• A continuación la lección de Gestión de Inventarios	
--	--	--

2. GESTIÓN DE INVENTARIOS.

<i>Nombre de la Lección</i>	GESTIÓN DE INVENTARIOS
<i>Duración sugerida</i>	240 Minutos.
<i>Propósito de la lección</i>	Facilitar a los microempresarios información, para que los procesos de producción funcionen de manera eficiente, minimizar costos y mantener suficiente stock para satisfacer los pedidos de los clientes y minimizar los costos.
<i>Número de participantes</i>	20 participantes.
<i>Facilitadores / Asistentes</i>	
<i>Puntos principales a desarrollar</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Gestión de Inventario ✓ Importancia de Gestión de Inventarios ✓ Beneficios de la Gestión de Inventarios ✓ Procesos para la Generación de Inventarios ✓ Sistema de Gestión de Inventarios ✓ Cómo elaborar una Gestión de Inventarios
<i>Materiales y equipos</i>	Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos, Material del Participante.
<i>Notas generales</i>	Verificación de los materiales para el desarrollo de la lección tales como Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos.

<p>TR 2-4</p>	<p>un amplio conocimiento en la administración adecuada del registro, compra y salida del inventario dentro de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El seguimiento del inventario va desde los fabricantes hasta la logística para los almacenes y luego desde las instalaciones hasta el punto de la venta. El principal objetivo de la gestión de inventario es tener el producto específico, organizado y en el momento oportuno. Es por esto que se debe tener una visibilidad del inventario, así se podrá saber cuándo se debe hacer los pedidos, cuánto se debe pedir y dónde almacenar las existencias. <p>Importancia de Gestión de Inventarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de inventarios es de gran importancia para llevar un orden dentro del almacén y para que el desarrollo de la actividad sea el correcto. Así, la empresa tendrá un control de los bienes con los cuales se pretende satisfacer la demanda del producto. El proceso de gestión es necesario 	<p>Solicitar a un participante que brinde su opinión sobre la importancia de la Gestión de Inventarios.</p>
---------------	--	---

<p>TR 2 - 5</p>	<p>monitorearlo periódicamente con la finalidad de aprovechar los recursos.</p> <p>Beneficios de la Gestión de Inventarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlar las entradas, salidas y ubicación de las mercancías. • Utilizar economías de escala. • Proyectar las ventas. • Reducir los costos derivados de la provisión. • Brindar un mayor control del negocio. • Mejorar el flujo de efectivo de la empresa para que sea rentable. • Detectar mercancías estancadas. • Minimizar los niveles de materias primas, el trabajo en progreso y los productos terminados. 	<p>Solicitar a un participante que lea la TR y mencione los beneficios de la Gestión de Inventarios.</p>
<p>TR 2 - 6</p>	<p>Procesos para la Generación de Inventarios</p> <p>Al momento de gestionar ciertos inventarios es importante seguir unos pasos para que este proceso se lleve correctamente:</p>	<p>Solicitar a un participante que lea los procesos.</p>

<p>TR 2 – 7</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los productos que se van a registrar en el inventario: Se deben identificar todos los productos que la empresa va a llevar en el inventario y cuáles no entrarían en el inventario. • Definir los sitios para realizar los inventarios: Cuando ya se han definido cuáles son los productos o materiales que se van a registrar en inventario, se deberá controlar los lugares en lo que los mismos van a estar presentes. • Generar un equipo de trabajo: A la hora de gestionar un almacén es fundamental contar con un equipo capacitado para realizar la actividad requerida. • Análisis y registro: Una vez que se han realizado los pasos anteriores, ya nos encontraríamos en condiciones necesarias para llevar a cabo el inventario. Para ello, será necesario establecer un día hora para su correcta realización. 	<p>Que el facilitador profundice más y que solicite opiniones de los participantes.</p>
-----------------	--	---

<p>TR 2 – 8</p>	<p>Sistema de Gestión de Inventarios</p> <p>Hoy en día, gracias a la globalización, la tecnología y a los mismos consumidores, la gestión de inventarios está cambiando en gran medida, ya que ahora la gestión de inventarios se está realizando a través de software avanzados con los cuales se logra un seguimiento de inventario eficiente.</p> <p>Un gestor de inventarios puede simplificar el proceso de pedido, almacenamiento y uso del inventario al automatizar la producción de toda la línea, la gestión empresarial, la previsión de la demanda y la contabilidad.</p>	
<p>TR 2 – 9</p>	<p>Los sistemas de gestión de inventarios más sofisticados pueden rastrear la ubicación del artículo, e incluso predecir el momento óptimo para reordenar los suministros, basándose en una variedad de datos, como por ejemplo las ventas pasadas.</p> <p>Existen sistemas de inventario para pequeñas empresas que se pueden ejecutar en una sola PC,</p>	

<p>TR 2 – 10</p>	<p>así como paquetes de software más grandes que se ejecutan en computadoras en las instalaciones o en la nube, y módulos de gestión de inventarios para sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP). (Cerca Technology, s.f.)</p> <p>Cómo elaborar una Gestión de Inventarios</p> <p>Para elaborar una Gestión de Inventarios se desarrolla a través de los siguientes pasos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En una plantilla de Excel a través de tablas se refleja el Inventario, Entradas y Salidas. (Ver Anexo 10) • En la tabla de Inventario se detalla el Código, Producto, Descripción, Stock Inicial del año 2024, Entradas y Salidas 2024, Stock final o Total del año 2024, Costo Unitario y Costo Total; obteniendo el dato final del inventario • La tabla de Entradas detalla las compras que realizaron en el periodo. • En la tabla de Salida muestra las ventas realizadas en el año 2024, además refleja el Costo Unitario de cada producto, con su 	<p>Elaborar y llenar Plantilla de Excel de Gestión de Inventarios con los microempresarios.</p>
------------------	---	---

	<p>respectivo precio e ingreso por venta.</p> <p>Obteniendo al final el Total de ingresos o ventas del periodo.</p> <p>3. Cierre</p> <ul style="list-style-type: none">• Para cualquier información revisar su material de Referencia.• Gracias por su atención prestada.• A continuación la lección de Marketing Digital en Redes Sociales.	.
--	---	---

3. MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES.

Nombre de la Lección	MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES
Duración sugerida	240 Minutos.
Propósito de la lección	Proporcionar a los microempresarios información, para que puedan utilizar estrategias y técnicas de mercadotecnia a través de medios digitales para promocionar productos, servicios y conectar de una manera directa, creando relaciones, captando nuevos negocios y desarrollando una entidad de marca.
Número de participantes	20 participantes.
Facilitadores / Asistentes	
Puntos principales a desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definición de Marketing Digital ✓ ¿Que son las Redes Sociales? ✓ Importancia de las Redes Sociales para los microempresarios ✓ ¿Cómo usar las Redes Sociales para impulsar un negocio?
Materiales y equipos	Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos, Material del Participante.
Notas generales	Verificación de los materiales para el desarrollo de la lección tales como Equipo Multimedia, pantalla portátil, TR, plumones, Papelógrafos.
Objetivo general	Al finalizar el estudio los participantes serán capaces, de

	aumentar la visibilidad del negocio, las ventas y la lealtad de los clientes, utilizando redes sociales para impulsar el negocio.	
<i>Objetivos específicos</i>	Al finalizar la lección, Los participantes serán capaces de: <ol style="list-style-type: none"> 1. Definir Marketing Digital 2. Explicar que son redes sociales 3. Mencionar la importancia de las Redes Sociales para los microempresarios 4. Aprender a utilizar las Redes Sociales para impulsar el negocio 	
AYUDAS	CONTENIDO	NOTAS
TR 3-1	1. Introducción	Solicitar un participante que lea los objetivos.
TR 3-2	<ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del Facilitador. ○ Presentación de la lección. ○ Presentación de los objetivos de la lección 	
TR 3-3	2. Desarrollo Definición de Marketing Digital <ul style="list-style-type: none"> • Es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se diferencia del marketing tradicional por incluir 	

TR 3-4	<p>el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real.</p> <ul style="list-style-type: none">• Se refiere a la creación y difusión de contenido a través de canales de medios digitales (sitios web, páginas de inicio, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones móviles), y a la promoción de ese contenido mediante una serie de estrategias en los canales digitales de pago, ganancia y propiedad. (Rd Station, s.f.)• El Marketing Digital o Marketing Online es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. (Baer, s.f.)	
--------	---	--

¿Que son las Redes sociales?

<p>TR 3-5</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (RD Station, s.f.) <p>Importancia de las Redes Sociales para los microempresarios</p>	<p>Solicitar a uno de los participantes que brinde su opinión sobre ¿Qué son las Redes Sociales?</p>
<p>TR 3-6</p>	<p>Cada vez es más importante centrarse en el consumidor y poner el foco en conocer y satisfacer sus necesidades. El consumidor actual es exigente y tiene mucha información, por lo que también tiene más poder de negociación. Exige poder conocer las empresas y poder comunicarse con ellas. Todas estas variables hacen que sea vital que las empresas tengan redes sociales, en las que poder intercambiar información con los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transmitir la misión y visión <p>En las redes sociales, las empresas muestran cuál es su idea de negocio, es decir, cuál es su razón de ser y qué línea quieren seguir. Todo esto hace que lo</p>	<p>Solicitar a un participante que lea sobre la importancia de las redes sociales para los microempresarios.</p>

<p>TR 3-7</p>	<p>clientes entiendan mejor a las empresas y que puedan empatizar más con ellas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo con el cliente <p>Las redes sociales permiten establecer una relación más profunda y directa con el consumidor, ya que nos permiten ponernos en contacto con él directamente y conocerlo mejor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejor segmentación del mercado <p>Las redes sociales nos permiten conocer en más profundidad a nuestros clientes y seleccionar de forma más precisa quién es nuestro público objetivo y dirigir nuestras campañas solo a aquellos segmentos que nos resulten interesantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento más profundo de los consumidores <p>Los usuarios comparten sus gustos por redes sociales. Esto proporciona información de gran interés para las empresas y les permiten conectar mejor con su público.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluir opción de compra <p>Las redes sociales permiten incluir opciones de compra. Esto es muy útil porque llamará la atención</p>	
---------------	--	--

<p>TR 3-8</p>	<p>de gran cantidad usuarios y hará que parte de ellos se decida a comprar directamente online, especialmente los clientes actuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La marca controla el entorno <p>Las redes sociales crean un entorno en sus cuentas. Este entorno es gestionado por la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo coste <p>La comunicación digital tiene unos costes mucho más bajos que la tradicional. Además, tiene un mayor alcance y más exacto y permite medir los resultados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En tiempo real <p>Las redes sociales miden los resultados en tiempo real, lo que permite conocer los problemas instantáneamente y corregirlos a tiempo. (Bilnea Comunicación, 2019)</p> <p>¿Cómo usar las Redes Sociales para impulsar un negocio?</p> <p>Si tenemos un negocio no nos podemos quedar solo en la publicidad tradicional para lograr el impulso necesario para desarrollarnos en el mercado. Necesitamos de más oportunidades para conseguir el posicionamiento adecuado para nuestro negocio, y</p>	<p>Solicitar a un participante que lea como usar las</p>
---------------	---	--

	<p>estas oportunidades nos las brindan las redes sociales. Las plataformas virtuales son un medio rápido, sencillo y barato de acercar a más personas a nuestro negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar el uso de cada red social <p>Actualmente tenemos un sinnúmero de redes sociales en Internet; sin embargo, para promocionar nuestro negocio debemos saber escoger cuáles son las que debemos utilizar para mejores resultados. Aquí te presentaremos las principales redes sociales en los negocios y sus especificaciones de uso.</p> <p style="text-align: center;">Twitter</p> <p>En Twitter encontrarás la manera más rápida de comunicarte con tus clientes. Aquí podrás encontrar seguidores, y es a ellos a quién debes orientar tus publicaciones. Los post son relativamente cortos, por lo que siempre procura llamar la atención de manera rápida y adecuada.</p> <p>Recuerda que Twitter te brinda la oportunidad de gestionar tu marca, y la puedes usar como plataforma de prueba para el inicio de tu negocio.</p> <p style="text-align: center;">Facebook</p>	<p>redes sociales. Y que brinde su opinión.</p>
--	--	---

	<p>Esta red social es la que sí o sí debe tener tu negocio.</p> <p>Facebook nos ofrece crear una página para nuestro negocio. Esta fan page nos permitirá acercarnos a nuestros clientes e interactuar con ellos acortando las barreras del tiempo y la distancia. Tus fans podrán contactarse contigo a través de esta página y estarán al pendiente de tus actualizaciones. También puedes promocionar estas páginas para llegar a mucho más público.</p> <p style="text-align: center;">Instagram</p> <p>A través de las imágenes de Instagram generarás un concepto de tu marca a tus seguidores. Recuerda compartir imágenes que retraten un momento único, por ejemplo, una celebración por el aniversario de tu negocio, la apertura de un nuevo local, y hasta puedes organizar concursos para que tus seguidores compartan las mejores fotos con la experiencia en tu negocio.</p> <ul style="list-style-type: none">• Puedes llegar a más público a través de tus propios contactos <p>Una forma de hacer conocido tu negocio es a través de las recomendaciones de personas que han tenido contacto con tu negocio. Si estableces una red de</p>	<p>Discusión de ideas.</p>
--	---	----------------------------

TR 3-9	<p>contactos primaria puedes lograr que esta se expanda a través de invitaciones del Facebook, retwuits en el Twitter o conexiones en LinkedIn.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interactúa constantemente con tu público <p>En las redes sociales en las que estés presente, siempre tienes que interactuar con tu público. Esta es una buena manera de mostrar interés por las opiniones, sugerencias o hasta incluso quejas sobre tu negocio. Si tú público no recibe respuesta a sus acciones terminarás por ahuyentarlos de tus páginas de redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliza las ofertas y descuentos como atracción para tus clientes <p>Una de las maneras de llamar la atención de tus clientes es ofrecerles beneficios exclusivos para seguidores, amigos, o fans en las redes sociales. Aprovecha en hacer ofertas o descuentos a través de estas plataformas, organiza concursos para que repliquen tu contenido y por lo tanto tu marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliza recursos como las imágenes y vídeos <p>Se ha comprobado que el contenido que llama más la atención en las redes sociales son las imágenes y los vídeos. Aprovecha en hacer tu publicidad en material</p>	
--------	--	--

TR 3-10	<p>visual y audiovisual, comienza a conocer las interacciones de tu público con este tipo de contenido.</p> <ul style="list-style-type: none">• Utiliza los widgets de redes sociales en tu plataforma web <p>Si ya cuentas con una plataforma web en la Internet, comienza a conectarla con tus redes sociales. Facebook y Twitter son las más famosas en cuanto a widgets y plugins, que le permitirán a tu público interactuar mucho más rápido con el contenido de tu página web.</p> <ul style="list-style-type: none">• Informa efectivamente sobre tu negocio <p>En tus redes sociales tienes que estar bien posicionado en ella, y para ello tienes que informar efectivamente sobre tu misión, visión y objetivos para que tú público se involucren con tu marca.</p> <ul style="list-style-type: none">• No te limites a hablar solo de tu negocio en las redes sociales <p>Recuerda que en tus redes sociales conocerás a diversos públicos, por lo tanto, no necesitas atiborrarlos de publicaciones acerca de tu negocio, también puedes alternar publicando contenido de interés en general, como actualidad, noticia, eventos que tengan que ver con la línea de tu negocio. De esta</p>	
---------	--	--

<p>TR 3-11</p>	<p>forma podrás captar la atención de otros usuarios, y acercarlos a tu marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovecha las estadísticas de las redes sociales <p>Algunas redes sociales te brindan las estadísticas por defecto, como son las estadísticas de Facebook, Twitter y Google Analytics. Si aprovechas estas estadísticas y tendencias podrás orientar tus estrategias de Marketing Digital para cada tipo de red social con el fin de tener más audiencia interactuando en las plataformas en línea.</p>	
<p>TR 3-12</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza un mix de redes sociales y medios tradicionales <p>En este artículo no te orientamos a quedarte con una única red social, sino a armar una estrategia con varias de ellas. Recuerda que tu negocio necesita estar orientado a los diferentes públicos de las redes sociales para que tengas un mejor posicionamiento. Además, no dejes de lado la publicidad offline, recuerda que las redes sociales son solo una herramienta que te permitirán despegar hacia el éxito, lo demás depende de tus estrategias. (Tres Media, s.f.)</p>	

	<p>3. Cierre</p> <ul style="list-style-type: none">• Para cualquier información revisar su material de Referencia.• Gracias por su atención prestada.	
--	---	--

1. Metodología de Enseñanza-Aprendizaje:

El presente proceso formativo, se apoya en la aplicación del *Método Interactivo de Enseñanza*, en el cual el facilitador hace una presentación de conocimientos y habilidades basada en objetivos que expresan lo antes mencionado que deberán obtenerse e indicar los puntos a evaluar. Dicho método se centra en el sujeto que aprende, lo cual exige enfocar la enseñanza como un proceso de orientación del aprendizaje, donde se creen las condiciones para que los participantes no solo se apropien de los conocimientos, sino que desarrollen habilidades, formen valores y adquieran estrategias que les permitan actuar de forma independiente, comprometida y creadora, para resolver los problemas a los que deberá enfrentarse en su futuro personal y en sus negocios.

El proceso de capacitación será presencial:

Presencial:

La metodología de trabajo para este momento estará integrada por un proceso vivencial de aprendizaje, el cual se basa en el aprendizaje por medio del hacer. Es un proceso a través del cual los individuos construyen su propio conocimiento, adquieren habilidades y realzan sus conocimientos, directamente desde la experiencia.

2. Certificaciones o Acreditaciones:

Todos los procesos formativos desarrollados por la Universidad de El Salvador en coordinación con socios estratégicos, están estructurados para lograr los objetivos de Post Grado según competencias

3. Necesidades

3.1 Equipos

- Sistema multimedia
- Computadora portátil.
- Internet Móvil y fijo
- Extensiones eléctricas
- Regletas de distribución eléctrica.

3.2 Materiales/ Papelería para el curso.

- 2 resmas de papel bond tamaño carta base 20
- 15 pliegos de papel bond (papelones)
- 1 Resma de papel para diplomas (Opalina grueso, pero sin textura)
- 1 cajas de marcadores para pizarra (509) en colores negros, azul y rojo
- 1 cajas de marcador Permanentes (90) en colores negros, azul y rojo
- 25 cartapacios de 1 ½ Pulgada (para 20 Manuales de Participante y 5 Manual del Facilitador)
- Lapiceros y libretas para participantes.

- Libretas para participantes

3.3 Mobiliario e instalaciones

- Salón principal para acomodar a 20 personas en forma de U, cuando se necesite la presencia de los participantes para diversas actividades; en el mismo salón debe tenerse una mesa para materiales y una mesa para instructores o facilitadores.
- Sanitarios para damas y caballeros próximos a la sala de clases

4. AGENDA

DIA / HORA		TEMA	FACILITADOR	ASISTENTE
DIA UNO	8:00-8:30	Inauguración del Curso/Diplomado	Todos/as	
	1. Presupuesto			
	08:30-10:00	Presupuesto		
	10:00-10:15	Receso		
	10:15-12:00	Presupuesto		
DIA DOS	8:00-10:15	Elaboración de presupuesto		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Elaboración de presupuesto		
DIA TRES	2. Proyección de Ventas y Proyección de Gastos			
	8:00-10:15	Proyección de Ventas		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Proyección de ventas		

DIA / HORA		TEMA	FACILITADOR	ASISTENTE
DIA CUATRO	08:00-10:00	Proyección de Gastos		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Proyección de Gastos		
DIA CINCO	08:00-10:00	Elaboración de Proyección de Ventas y Gastos		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Elaboración de Proyección de Ventas y Gastos		
DIA SEIS	3. Flujo de Efectivo			
	08:00-10:00	Flujo de Efectivo		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Flujo de Efectivo		
DIA SIETE	08:00-10:00	Elaboración de Flujo de Efectivo		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Elaboración de Flujo de Efectivo		
DIA OCHO	4. Gestión de Inventario			
	08:00-10:15	Gestión de Inventario		
	10:00-10:15	Receso		
	10:15-12:00	Gestión de Inventario		
DIA NUEVE	8:00-10:15	Elaboración de Gestión de Inventario		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Elaboración de Gestión de Inventario		

DIA / HORA	TEMA	FACILITADOR	ASISTENTE	
DIA DIEZ	5. Marketing Digital			
	8:00-10:15	Marketing Digital		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Marketing Digital		
DIA ONCE	08:00-10:00	Cómo usar las Redes Sociales para impulsar el negocio		
	10:15-10:30	Receso		
	10:30-12:00	Clausura del Curso/ Diplomado Entrega de diplomas a participantes		

CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Luego de obtenido los resultados de la investigación, producto del análisis de los datos recabados a través de diferentes instrumentos para recopilar información en el presente estudio, a continuación, se presentan las conclusiones, dando respuesta a cada uno de los objetivos propuestos:

- Mediante las encuestas y cuestionarios realizados a microempresarios y jefes de agencias de instituciones financieras del Distrito de San Vicente, se determinó en un 100% que es importante que los microempresarios conozcan sobre la Educación Financiera dado a que, al ser las microempresas el motor que dinamiza la economía local, estas requieren poseer conocimientos sobre dicha temática, lo que facilitaría el manejo de información sobre sus ingresos, salidas, disponibilidad de efectivo, el no sobre endeudarse, hacer el uso correcto de los créditos a los cuales ellos tienen acceso y no afectar su record crediticio; coincidiendo que es muy importante la efectividad de un programa sobre Educación Financiera y que están dispuestos a participar en un programa como tal.
- En este trabajo a través del análisis de los resultados de la investigación, se concluye que los microempresarios del Segmento de Acumulación Ampliada del Distrito de San Vicente necesitan fortalecer áreas relacionadas a la Educación Financiera, debido a que nueve de cada quince microempresarios han enfrentado retos en la gestión financiera del negocio, por la falta de conocimientos en la elaboración de presupuestos, proyecciones financieras, impuestos y obligaciones fiscales; según los datos obtenidos, el 73% de la población objetivo ha presentado dificultades financieras a lo largo de su operatividad y

de estos el 91% de los microempresarios, indican que se debe a la disminución en sus ventas por diversas causas como internas o externas, provocando que obtuvieran pérdida en sus microempresas, y además por una mala administración por el desconocimiento de diversos temas fundamentales en Educación Financiera como el Manejo del Flujo de Efectivo, Presupuesto, Marketing Digital en Redes Sociales, Proyección de Ventas, Proyección de Gastos y Gestión de Inventarios; los que servirán para la adecuada toma de decisiones, evitar cometer errores y poder conseguir sus objetivos trazados.

- Con relación a la identificación de recursos que necesitan los microempresarios del segmento de acumulación ampliada para aplicar la Educación Financiera, puede concluirse en un 100% que contar con un programa o plan de Educación Financiera es uno de los recursos técnicos que ellos requieren y que es necesario como microempresarios participar en la ejecución del mismo, debido a que les servirá en la vida personal como en la del desarrollo de su negocio, para tener una cultura financiera, tomar mejores decisiones, ser más organizados, asignar de una mejor manera los fondos, identificar a qué tipo de riesgos se enfrentaran; dado a que un 87% de la población objeto de estudio manifestó que no han sido capacitados, ni ellos como propietarios y ni el personal que labora en su negocio; por lo que, solicitan talleres en tres modalidades: presenciales, en línea y/o capacitaciones virtuales, con el objeto de tener flexibilidad de los horarios de la capacitación, además que las temáticas a brindar sea contenido relevante y practico, y se les proporcione al finalizar del programa un reconocimiento o certificación, que les acredite que han adquirido conocimientos sobre Educación Financiera.

5.2. Recomendaciones

Luego de ser presentadas las conclusiones del presente estudio, a continuación, se mencionan recomendaciones, las cuales resumen las sugerencias que se produjeron durante el proceso de investigación

- Dado que para los microempresarios es importante la Educación Financiera para el éxito financiero de los negocios, es necesario que, las instituciones de Educación Superior, Instituciones Financieras públicas, privadas y demás entes gubernamentales, se sumen, instruyan y brinden herramientas para que los microempresarios desarrollen habilidades, comportamientos y actitudes financieras, con la finalidad de garantizar una economía sustentable del país, a través de asesorías, planes de Educación Financiera ejecutando capacitaciones sobre temáticas de interés y apoyándoles en el uso de herramientas tecnológicas para que lleven un mejor control de ingresos, egresos; mejoren sus ventas, promocionen de una mejor manera sus productos y amplíen la cartera de clientes.
- Se recomienda que para la implementación del Plan de Educación Financiera para los microempresarios se utilice el Método Interactivo de Enseñanza conocido como (MIE), debido a que los facilitadores y participantes se comunican, colaboran y participan de manera activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje, además y de preferencia que el personal capacitador sea estudiantes de la Universidad de El Salvador de la Facultad Multidisciplinaria Paracentral y que pertenezca a una carrera del departamento de Economía o de Post Grado de la Maestría de Administración Financiera, puesto que poseen bases contables y de esa manera pueda culminar con sus horas sociales y poner en práctica sus conocimientos o brindar diplomados dentro de nuestra Alma Mater.

- De acuerdo a los resultados obtenidos, donde en un 100% de la población objeto de estudio indicó que es necesario participar en un Plan de Educación Financiera y para que los microempresarios se motiven a inscribirse activamente en programas de Educación Financiera se sugiere que se implemente jornadas de capacitación con flexibilidad de horarios para que estas no interfieran en el desarrollo de las labores del negocio, además que sean contenidos relevantes, prácticos, que utilicen diferentes herramientas tecnológicas y que al finalizar el programa cuenten con una acreditación o certificación.

REFERENCIAS

- Avila Angulo, E. (10 de Arbil de 2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Bolivia. Recuperado el Noviembre de 2023, de <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (1970). *Asamblea.gob*. Recuperado el 2023, de https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072920482_archivo_documento_legislativo.pdf
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (14 de junio de 2022). *asamblea.gob*. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/leyes-y-decretos/decretos-por-anios/2022/0>
- Asana. (febrero de 2024). *asana.com*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/sales-forecast-template>
- Baer, J. (s.f.). *oracle.com*. Obtenido de <https://www.oracle.com/mx/cx/marketing/digital-marketing/>
- Banco Central de Reserva. (24 de octubre de 2022). *fecamype.gob*. Obtenido de <https://www.fecamype.gob.sv/wp-content/uploads/2021/11/2-Politica-Nacional-de-Inclusion-Financiera.pdf>
- Banco Central de Reserva de El Salvador. (Octubre de 2022). *www.bcr.gob.sv/*. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/d8d58c953ae3c8f67599a027d9e56577.pdf>
- Bilnea Comunicación. (Septiembre de 2019). *inforges.es*. Obtenido de <https://inforges.es/blog/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-negocio/>
- Cerca Technology. (s.f.). *cercatechnology.com*. Obtenido de <https://www.cercatechnology.com/gestion-de-inventarios/>
- Clavijo, C. (21 de Agosto de 2019). *blog.hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/pronostico-de-ventas>
- CONAMYPE. (2017). *Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña Empresa*. Encuesta Nacional. Recuperado el 2023, de file:///C:/Users/Leo/Downloads/ENCUESTA-NACIONAL-DE-LA-MYPE-2017.pdf
- Contpaqi. (s.f.). *contpaqi.com*. Obtenido de <https://www.contpaqi.com/publicaciones/contabilidad/que-es-y-como-hacer-un-flujo-de-efectivo>
- FasterCapital. (2024). *fastercapital.com*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Proyeccion-de-gastos--la-guia-definitiva-para-una->

proyeccion-de-gastos-eficaz-en-las-empresas.html#-Qu--es-la-proyecci-n-de-gastos-y-por-qu--es-importante-para-su-negocio-

Fuentes Monroy, C. I. (2011). *LA EDUCACION FINANCIERA EN LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS DE EL SALVADOR*. San Miguel, El Salvador.

Fusai. (2024). *observatoriomype.org*. Obtenido de <https://observatoriomype.org/sv/informe-estado-de-la-mype-2024-las-microempresas-aportan-el-42-9-al-pib-de-el-salvador-por-lo-que-siguen-siendo-pilar-fundamental-de-la-economia/#:~:text=Los%20resultados%20muestran%20que%2C%20entre,informal%20y%20el%20sect>

Iraheta Ruiz M.A., Mejía Hernández E. N. y Rivas Díaz D. A. (2003). <https://biblioteca.utec.edu.sv/>. Obtenido de <https://biblioteca.utec.edu.sv/:https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/auprides/30021.htm>

Legislativa, A. (2014). *www.conamype.gob.sv*. Obtenido de www.conamype.gob.sv: <https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2013/04/Ley-MYPE-web.pdf>

Microsoft. (2024). *learn.microsoft.com*. Obtenido de <https://learn.microsoft.com/es-es/dynamics365/business-central/finance-cash-flow-overview>

Muccino, L. G. (septiembre de 2014). <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec>. Recuperado el Diciembre de 2023, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec:https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6330/5/TFLACSO-2014GAM.pdf>

Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario, planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto*. España: Profit.

Nacional financiera Banca de Desarrollo. (s.f.). *nafin.com*. Obtenido de https://www.nafin.com/portalnf/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf

Portillo Cueva, A. I. (09 de AGOSTO de 2023). <https://www.findevgateway.org>. Obtenido de <https://www.findevgateway.org:https://www.findevgateway.org/es/blog/2023/08/el-sector-mypes-de-el-salvador-impulsando-el-principal-creador-de-empleos-del-pais#:~:text=Seg%C3%BAAn%20lo%20indica%20la%20Encuesta,32%25%20como%20peneque%C3%B1os%20negocios%20comerciales>

Rd Station. (s.f.). *rdstation.com*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

RD Station. (s.f.). *rdstation.com*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Ruiz Ramírez, H. (2011). *eumed.net*. (Observatorio de la Economía Latinoamericana) Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2011/hrr.htm>

- Santander. (Octubre de 2022). *www.santander.com.mx*. Obtenido de <https://www.santander.com.mx/educacion-financiera/blog/6-pasos-para-armar-un-presupuesto/index.html>
- Tres Media. (s.f.). *tres.pe*. Obtenido de <https://www.tres.pe/blog/formas-usar-redes-sociales-impulsar-exito-negocio/>
- Unidad de Apoyo para el aprendizaje. (s.f.). <https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/>. Obtenido de https://repositorio-uapa.cuaieed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/2805/mod_resource/content/1/UAPA-Presupuesto-Caracteristicas/index.html
- URBS. (s.f.). *virtual.urbe.edu*. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0080114/fase01.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL
UNIDAD DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Cuestionario dirigido a microempresarios de acumulación ampliada del distrito de San Vicente; realizada por una estudiante egresada de la Maestría de Administración Financiera en su calidad de egresada de la carrera antes mencionada.

Objetivo: Recolectar información relevante sobre las necesidades de educación financiera por parte de los microempresarios de acumulación ampliada del sector comercio.

Datos Generales:

Sexo: M _____ F _____ **Edad:** _____

Nivel Académico: BASICO, MEDIO, SUPERIOR, NINGUNO

Actividad del negocio: Agricultura, Ganadería, Silvicultura, Pesca _____

Comercio _____ **Industria** _____ **Profesional** _____

Cuestionario:

1. ¿Cuál es la fuente de financiamiento con que trabaja su empresa?

a) Préstamos Bancarios

- b) Usureros
- c) Recursos Propios

2. Si usted trabaja con los préstamos bancarios, ¿Que institución le brinda el financiamiento?

- a) Banca Privada
- b) Banca Estatal
- c) Cooperativas

3. ¿Que lo motivo para emprender su negocio?

- a) Falta de empleo
- b) Emprendimiento
- c) Subsistencia
- d) Otros

4. ¿Cuántos años lleva en su negocio?

- a) De 1 a 3 años
- b) De 3 a 5 años
- c) De 5 a 10 años
- d) Más de 10 años

5. ¿Qué tipo de registros lleva en su negocio?

- a) Contabilidad formal
- b) Anotaciones propias
- c) Ninguna de las anteriores

6. ¿Cuáles considera que son los principales retos que su empresa ha enfrentado en la gestión financiera de su negocio? (marque tres literales)

- a) Dificultades para llevar registros contables adecuados
- b) Falta de conocimientos en elaboración de presupuestos y proyecciones financieras
- c) Desconocimiento de estrategias de ahorro e inversión
- d) Dificultades para obtener financiamiento
- e) Falta de conocimiento sobre impuestos y obligaciones fiscales
- f) Otros (Especificar)

7. ¿La empresa se ha encontrado con dificultades financieras?

- a) Si
- b) No

8. De ser afirmativa, ¿Por qué razón la empresa se ha encontrado en dificultades financieras?

- a) Disminución en ventas
- b) Mala Administración
- c) Incorrecta asignación de fondos
- d) Resultados negativos en nuevas inversiones.
- e) Otros

9. ¿Qué tipo de conocimientos tiene sobre finanzas?

- a) Conocimiento técnico
- b) Conocimiento empírico
- c) Ningún conocimiento

10. ¿El personal ha sido capacitado sobre Educación Financiera?

- a) Si
- b) No

11. ¿Considera necesario que usted y el personal que labora en su negocio, participen en un Plan de Educación Financiera?

- a) Si
- b) No

12. En caso de participar en un Plan de Educación Financiera, ¿Cómo le gustaría que se llevara a cabo?

- a) Talleres Presenciales
- b) Talleres en línea
- c) Capacitaciones individuales
- d) Otros

13. ¿Qué tipo de temáticas le gustaría que se fortaleciera sobre Educación Financiera? (marque tres literales)

- a) Manejo del flujo de efectivo y presupuesto
- b) Elaboración de estados financieros
- c) Proyección de ventas
- d) Estrategias de ahorro y manejo de deudas
- e) Análisis de líneas de financiamiento
- f) Conocimientos sobre inversiones y rendimientos
- g) Administración de riesgos financieros
- h) Gestión de Inventarios

- i) Otros (especificar)

14. En su opinión, ¿Cuán efectivo sería un Programa de Educación Financiera?

- a) Muy efectivo
- b) Efectivo
- c) Moderadamente efectivo
- d) Poco efectivo
- e) Nada efectivo

15. ¿Qué factores considera que motivarían a los microempresarios a participar activamente en programas de Educación Financiera?

- a) Acceso gratuito a la educación financiera
- b) Contenido relevante y práctico
- c) Flexibilidad en los horarios de capacitación
- d) Reconocimiento o certificación al finalizar el programa
- e) Otros (Especificar)

16. ¿Cuál es su opinión sobre la importancia de la Educación Financiera para el desarrollo y crecimiento de su negocio?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

ANEXO 2

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA PARACENTRAL
UNIDAD DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA



Cuestionario dirigido a Jefaturas de líneas de créditos de instituciones financieras públicas y privadas del distrito de San Vicente; realizada por una estudiante egresada de la Maestría de Administración Financiera en su calidad de egresada de la carrera antes mencionada.

Objetivo: Conocer la percepción que tienen las jefaturas de líneas de crédito de instituciones financieras del distrito de San Vicente, sobre las necesidades de educación financiera que presentan los microempresarios de acumulación ampliada.

Cuestionario

1. ¿Cuáles son los productos que más solicitan los microempresarios?

Ahorro:

- a) Cuentas de ahorro,
- b) Cuentas corrientes,
- c) Depósitos a plazo fijo.

Financiación:

- d) Tarjetas de créditos
- e) Préstamos,
- f) Hipotecas

2. **¿Cuáles son las líneas de financiamiento a las que tienen acceso los microempresarios del segmento de acumulación ampliada?**

3. **Los microempresarios, ¿conocen cuáles son las condiciones de las líneas a las que tienen acceso?**

- a) Si
- b) No

4. **Para la institución financiera que usted representa ¿Considera importante la Educación Financiera para los microempresarios?**

- a) Si
- b) No

Explique su respuesta:

5. **¿Se les brinda capacitación a los microempresarios en Educación Financiera?**

- a) Si
- b) No

6. De ser afirmativa la anterior pregunta, ¿Qué temáticas brinda la institución financiera que usted representa?

7. ¿Cuáles considera que son los principales retos que enfrentan los microempresarios en la gestión financiera de su negocio?

- g) Dificultades para llevar registros contables adecuados
- h) Falta de conocimientos en elaboración de presupuestos y proyecciones financieras
- i) Desconocimiento de estrategias de ahorro e inversión
- j) Dificultades para obtener financiamiento
- k) Falta de conocimiento sobre impuestos y obligaciones fiscales
- l) Otros (especificar)

8. ¿Considera usted, que con la asesoría o temáticas impartidas abonan a los principales retos que enfrentan los microempresarios en la gestión financiera del negocio?

- 9. ¿Ha observado alguna mejora en la gestión financiera de los microempresarios luego de participar en programas de educación financiera que la institución que usted representa les ha brindado?**
- a) Sí, en gran medida
 - b) Sí, en cierta medida
 - c) No, no se observa mejora
- 10. ¿Cuál considera que es el impacto de la educación financiera en la gestión sostenible de los microempresarios?**
- a) Muy positivo
 - b) Positivo
 - c) Neutral
 - d) Negativo
 - e) Muy negativo
- 11. ¿Cómo impacta a la institución que usted representa, la falta de Educación Financiera de sus clientes?**
- a) Muy positivo
 - b) Positivo
 - c) Neutral
 - d) Negativo
 - e) Muy negativo

12. ¿Qué aspectos específicos cree que mejorarían en la gestión financiera de los microempresarios después de recibir educación financiera?

13. ¿Desde su perspectiva en que temáticas debería orientarse un Plan de Educación Financiera?

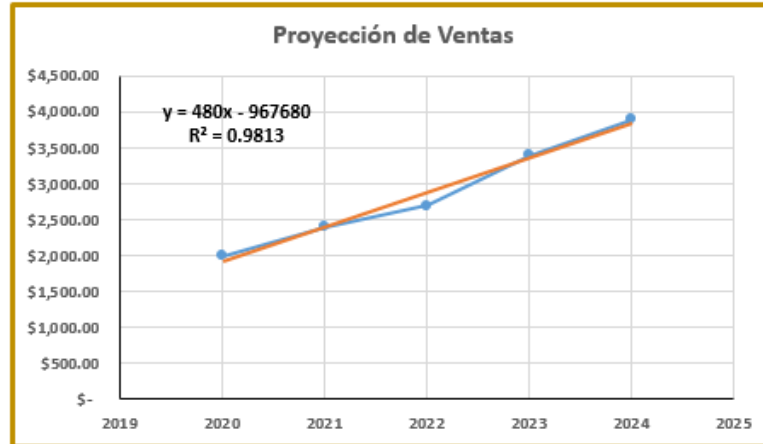
ANEXO 3

**PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2025
TIENDA “MAR Y SOL”**

**PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2025
TIENDA "MAR Y SOL"**

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00
2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00
2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00
2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00
2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00
2025	\$ 4,320.00	\$ 4,700.00	\$ 5,390.00	\$ 3,980.00	\$ 6,970.00	\$ 4,340.00	\$ 7,680.00	\$ 7,130.00	\$ 6,520.00	\$ 5,400.00	\$ 6,440.00	\$ 10,450.00

R² 0.98 0.96 0.95 0.90 0.79 0.91 0.38 0.95 0.97 1.00 0.92 0.90



ANEXO 4**SUPUESTOS “TIENDA MAR Y SOL”**

El Señor Benjamín Solórzano, es propietario de una pequeña tienda de productos varios llamada TIENDA “MAR Y SOL”, quien solicitará un crédito en el mes de Febrero del 2025 en una cooperativa de la localidad por un monto de \$1,000.00 a una tasa de interés del 15% para ser pagados en 10 meses con el objeto de comprar una Computadora por un valor de \$400.00 y un Aire Acondicionado por \$550.00 para ser utilizadas para en las actividades de su negocio, por lo que pagará mensualmente una cuota de \$107.00 a partir del mes de marzo del 2025. Además, pretende adquirir dos Cámaras refrigerantes por un valor de \$1,500.00 en el mes de junio del 2025 con capital propio, con el objeto de resguardar los productos que comercializa en su negocio.

En pago de servicios son \$300.00 al mes (Agua \$40.00, Energía Eléctrica \$180.00, Teléfono \$30.00, e Internet gastan \$50.00) y hay un leve incremento en la energía eléctrica en el mes de diciembre de un 30%. Además, se paga en concepto de alquiler de local \$500.00 mensuales, cuenta con 2 empleadas con un salario mensual de \$250.00 cada una desde el año 2024 y para las festividades de navidad y fin de año se le da una bonificación de \$100.00 a cada una desde el año 2024; los impuestos municipales son de \$15.00 mensuales y en el año del 2024 incrementa a \$20.00.

Asimismo, para alimentación gasta \$200.00 mensuales y para Marketing \$30.00 los meses de marzo, agosto y a excepción de diciembre que incrementa su publicidad a través de diversos medios como Redes Sociales, perifoneo y otros medios digitales en un 50%. Al inicio del periodo 2025 se tiene un saldo de efectivo de \$2,500.00

En la tienda posee un stock de inventario por \$24,360.00 al inicio del año 2024; el cual se detalla en el siguiente recuadro.

Hoja de Inventario			
Cantidad	Artículo/Producto	Costo Unitario	Costo Total
625	Gaseosas	\$8.40	\$ 5,250.00
425	Jugos	\$8.40	\$ 3,570.00
325	Gatorade	\$6.00	\$ 1,950.00
525	Cervezas	\$5.10	\$ 2,677.50
4056	Agua	\$0.50	\$ 2,028.00
1100	Boquitas	\$0.84	\$ 924.00
500	Galletas	\$2.88	\$ 1,440.00
465	Pan de Caja	\$10.80	\$ 5,022.00
1197	Detergente(lejía)	\$0.50	\$ 598.50
1800	Papel Higiénico	\$0.50	\$ 900.00
TOTAL			\$24,360.00

El señor Solórzano lleva anotaciones propias de sus ventas mensuales por lo que, para proyectar sus ventas para el siguiente año, el utiliza una fórmula de Excel *Pronostico.Lineal*, tomando como base el historial de ingresos que ha tenido por 5 años (Ver Anexo 3) el cual esta detallado por cada mes, esto le ayuda a prever la tendencia que llevará en el próximo año. Además, se tiene un Costo de los productos de un 50% de las ventas mensuales.

ANEXO 5

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2025
TIENDA “MAR Y SOL”

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2025
TIENDA "MAR Y SOL"

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Annual
INGRESOS													
Ventas Año 2025	\$ 4,320.00	\$ 4,700.00	\$ 5,390.00	\$ 3,980.00	\$ 6,970.00	\$ 4,340.00	\$ 7,680.00	\$ 7,130.00	\$ 6,520.00	\$ 5,400.00	\$ 6,440.00	\$10,450.00	\$73,320.00
Total de Ingresos	\$ 4,320.00	\$ 4,700.00	\$ 5,390.00	\$ 3,980.00	\$ 6,970.00	\$ 4,340.00	\$ 7,680.00	\$ 7,130.00	\$ 6,520.00	\$ 5,400.00	\$ 6,440.00	\$10,450.00	\$73,320.00
EGRESOS													
Costos Variables	\$ 2,160.00	\$ 2,350.00	\$ 2,695.00	\$ 1,990.00	\$ 3,485.00	\$ 2,170.00	\$ 3,840.00	\$ 3,565.00	\$ 3,260.00	\$ 2,700.00	\$ 3,220.00	\$ 5,225.00	\$36,660.00
Producción	\$ 2,160.00	\$ 2,350.00	\$ 2,695.00	\$ 1,990.00	\$ 3,485.00	\$ 2,170.00	\$ 3,840.00	\$ 3,565.00	\$ 3,260.00	\$ 2,700.00	\$ 3,220.00	\$ 5,225.00	\$36,660.00
Costos Fijos	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,550.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,550.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,819.00	\$18,599.00
Empleados	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 234.00	\$ 2,214.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 200.00	\$ 200.00
Total de Egresos	\$ 3,680.00	\$ 3,870.00	\$ 4,245.00	\$ 3,510.00	\$ 5,005.00	\$ 3,690.00	\$ 5,360.00	\$ 5,115.00	\$ 4,780.00	\$ 4,220.00	\$ 4,740.00	\$ 7,044.00	\$ 55,259.00

ANEXO 6

PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2025
TIENDA “MAR Y SOL”

PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE INGRESOS Y EGRESOS AÑO 2025
 TIENDA "MAR Y SOL"

INGRESOS	PLANEADO	REAL	DIFERENCIA	COMENTARIOS
Total de Ingresos	\$ 73,320.00	\$ -	\$ 73,320.00	
Ventas Proyectadas Año 2025	\$ 73,320.00	\$ -	\$ 73,320.00	

EGRESOS	PLANEADO	REAL	DIFERENCIA	COMENTARIOS
Costos Variables	\$ 36,660.00	\$ 0.00	\$ 36,660.00	
Producción	\$ 36,660.00	\$ 0.00	\$ 36,660.00	
Costos Fijos	\$ 18,599.00	\$ 0.00	\$ 18,599.00	
Empleados	\$ 6,000.00	\$ 0.00	\$ 6,000.00	
Agua	\$ 480.00	\$ 0.00	\$ 480.00	
Alimentación	\$ 2,400.00	\$ 0.00	\$ 2,400.00	
Impuestos	\$ 240.00	\$ 0.00	\$ 240.00	
Teléfono	\$ 360.00	\$ 0.00	\$ 360.00	
Marketing	\$ 105.00	\$ 0.00	\$ 105.00	
Internet	\$ 600.00	\$ 0.00	\$ 600.00	
Luz	\$ 2,214.00	\$ 0.00	\$ 2,214.00	
Alquiler	\$ 6,000.00	\$ 0.00	\$ 6,000.00	
Bonificación	\$ 200.00	\$ 0.00	\$ 200.00	
Total de Egresos	\$ 55,259.00	\$ 0.00	\$ 55,259.00	

RESUMEN	PLANEADO	REAL	DIFERENCIA
Total Ingresos	\$ 73,320.00	\$ 0.00	↓ -\$ 73,320.00
Total Egresos	\$ 55,259.00	\$ 0.00	↓ -\$ 55,259.00
Ingresos - Egresos	\$ 18,061.00	\$ 0.00	↓ -\$ 18,061.00

ANEXO 8

DETALLE HISTORICO AÑO 2020 AL 2024

TIENDA “MAR Y SOL”

DETALLE HISTORICO DE INGRESOS Y EGRESÓS
TIENDA "MAR Y SOL"
PERIODOS DEL AÑO 2020 AL 2024

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
INGRESOS													
Ventas Año 2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 40,900.00
Ventas Año 2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00	\$ 46,500.00
Ventas Año 2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00	\$ 52,300.00
Ventas Año 2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00	\$ 61,500.00
Ventas Año 2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00	\$ 66,400.00
Total de Ingresos	\$ 14,400.00	\$ 16,600.00	\$ 16,000.00	\$ 12,100.00	\$ 26,900.00	\$ 13,000.00	\$ 34,800.00	\$ 24,400.00	\$ 19,700.00	\$ 19,800.00	\$ 25,000.00	\$ 44,900.00	\$ 267,600.00
EGRESOS 2020													
Costos Variables	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 1,000.00	\$ 800.00	\$ 2,000.00	\$ 850.00	\$ 3,000.00	\$ 1,800.00	\$ 1,250.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00	\$ 20,450.00
Producción	\$ 1,000.00	\$ 1,250.00	\$ 1,000.00	\$ 800.00	\$ 2,000.00	\$ 850.00	\$ 3,000.00	\$ 1,800.00	\$ 1,250.00	\$ 1,500.00	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00	\$ 20,450.00
Costos Fijos	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,660.00	\$ 18,385.00
Empleados	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 100.00	\$ 100.00

DETALLE HISTORICO DE INGRESOS Y EGRESOS
TIENDA "MAR Y SOL"
PERIODOS DEL AÑO 2020 AL 2024

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
INGRESOS													
Ventas Año 2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 40,900.00
Ventas Año 2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00	\$ 46,500.00
Ventas Año 2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00	\$ 52,300.00
Ventas Año 2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00	\$ 61,500.00
Ventas Año 2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00	\$ 66,400.00
Total de Ingresos	\$ 14,400.00	\$ 16,600.00	\$ 16,000.00	\$ 12,100.00	\$ 26,900.00	\$ 13,000.00	\$ 34,800.00	\$ 24,400.00	\$ 19,700.00	\$ 19,800.00	\$ 25,000.00	\$ 44,900.00	\$ 267,600.00
EGRESOS 2021													
Costos Variables	\$ 1,200.00	\$ 1,450.00	\$ 1,200.00	\$ 950.00	\$ 2,450.00	\$ 950.00	\$ 3,450.00	\$ 2,000.00	\$ 1,450.00	\$ 1,750.00	\$ 2,200.00	\$ 4,200.00	\$ 23,250.00
Producción	\$ 1,200.00	\$ 1,450.00	\$ 1,200.00	\$ 950.00	\$ 2,450.00	\$ 950.00	\$ 3,450.00	\$ 2,000.00	\$ 1,450.00	\$ 1,750.00	\$ 2,200.00	\$ 4,200.00	\$ 23,250.00
Costos Fijos	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,660.00	\$ 18,385.00
Empleados	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 100.00	\$ 100.00

DETALLE HISTORICO DE INGRESOS Y EGRESOS
TIENDA "MAR Y SOL"
PERIODOS DEL AÑO 2020 AL 2024

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
INGRESOS													
Ventas Año 2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 40,900.00
Ventas Año 2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00	\$ 46,500.00
Ventas Año 2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00	\$ 52,300.00
Ventas Año 2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00	\$ 61,500.00
Ventas Año 2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00	\$ 66,400.00
Total de Ingresos	\$ 14,400.00	\$ 16,600.00	\$ 16,000.00	\$ 12,100.00	\$ 26,900.00	\$ 13,000.00	\$ 34,800.00	\$ 24,400.00	\$ 19,700.00	\$ 19,800.00	\$ 25,000.00	\$ 44,900.00	\$ 267,600.00
EGRESOS 2022													
Costos Variables	\$ 1,350.00	\$ 1,550.00	\$ 1,400.00	\$ 1,000.00	\$ 2,850.00	\$ 1,200.00	\$ 3,750.00	\$ 2,250.00	\$ 1,850.00	\$ 1,950.00	\$ 2,550.00	\$ 4,450.00	\$ 26,150.00
Producción	\$ 1,350.00	\$ 1,550.00	\$ 1,400.00	\$ 1,000.00	\$ 2,850.00	\$ 1,200.00	\$ 3,750.00	\$ 2,250.00	\$ 1,850.00	\$ 1,950.00	\$ 2,550.00	\$ 4,450.00	\$ 26,150.00
Costos Fijos	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,660.00	\$ 18,385.00
Empleados	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 100.00	\$ 100.00

DETALLE HISTORICO DE INGRESOS Y EGRESOS													
TIENDA "MAR Y SOL"													
PERIODOS DEL AÑO 2020 AL 2024													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
INGRESOS													
Ventas Año 2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 40,900.00
Ventas Año 2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00	\$ 46,500.00
Ventas Año 2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00	\$ 52,300.00
Ventas Año 2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00	\$ 61,500.00
Ventas Año 2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00	\$ 66,400.00
Total de Ingresos	\$ 14,400.00	\$ 16,600.00	\$ 16,000.00	\$ 12,100.00	\$ 26,900.00	\$ 13,000.00	\$ 34,800.00	\$ 24,400.00	\$ 19,700.00	\$ 19,800.00	\$ 25,000.00	\$ 44,900.00	\$ 267,600.00
EGRESOS 2023													
Costos Variables	\$ 1,700.00	\$ 1,850.00	\$ 1,950.00	\$ 1,450.00	\$ 3,200.00	\$ 1,450.00	\$ 3,750.00	\$ 2,950.00	\$ 2,350.00	\$ 2,250.00	\$ 2,900.00	\$ 4,950.00	\$ 30,750.00
Producción	\$ 1,700.00	\$ 1,850.00	\$ 1,950.00	\$ 1,450.00	\$ 3,200.00	\$ 1,450.00	\$ 3,750.00	\$ 2,950.00	\$ 2,350.00	\$ 2,250.00	\$ 2,900.00	\$ 4,950.00	\$ 30,750.00
Costos Fijos	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,545.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,515.00	\$ 1,660.00	\$ 18,385.00
Empleados	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 180.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 100.00	\$ 100.00

DETALLE HISTORICO DE INGRESOS Y EGRESOS													
TIENDA "MAR Y SOL"													
PERIODOS DEL AÑO 2020 AL 2024													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Anual
INGRESOS													
Ventas Año 2020	\$ 2,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 4,000.00	\$ 1,700.00	\$ 6,000.00	\$ 3,600.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 40,900.00
Ventas Año 2021	\$ 2,400.00	\$ 2,900.00	\$ 2,400.00	\$ 1,900.00	\$ 4,900.00	\$ 1,900.00	\$ 6,900.00	\$ 4,000.00	\$ 2,900.00	\$ 3,500.00	\$ 4,400.00	\$ 8,400.00	\$ 46,500.00
Ventas Año 2022	\$ 2,700.00	\$ 3,100.00	\$ 2,800.00	\$ 2,000.00	\$ 5,700.00	\$ 2,400.00	\$ 7,500.00	\$ 4,500.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 5,100.00	\$ 8,900.00	\$ 52,300.00
Ventas Año 2023	\$ 3,400.00	\$ 3,700.00	\$ 3,900.00	\$ 2,900.00	\$ 6,400.00	\$ 2,900.00	\$ 7,500.00	\$ 5,900.00	\$ 4,700.00	\$ 4,500.00	\$ 5,800.00	\$ 9,900.00	\$ 61,500.00
Ventas Año 2024	\$ 3,900.00	\$ 4,400.00	\$ 4,900.00	\$ 3,700.00	\$ 5,900.00	\$ 4,100.00	\$ 6,900.00	\$ 6,400.00	\$ 5,900.00	\$ 4,900.00	\$ 5,700.00	\$ 9,700.00	\$ 66,400.00
Total de Ingresos	\$ 14,400.00	\$ 16,600.00	\$ 16,000.00	\$ 12,100.00	\$ 26,900.00	\$ 13,000.00	\$ 34,800.00	\$ 24,400.00	\$ 19,700.00	\$ 19,800.00	\$ 25,000.00	\$ 44,900.00	\$ 267,600.00
EGRESOS 2024													
Costos Variables	\$ 1,950.00	\$ 2,200.00	\$ 2,450.00	\$ 1,850.00	\$ 2,950.00	\$ 2,050.00	\$ 3,450.00	\$ 3,200.00	\$ 2,950.00	\$ 2,450.00	\$ 2,850.00	\$ 4,850.00	\$ 33,200.00
Producción	\$ 1,950.00	\$ 2,200.00	\$ 2,450.00	\$ 1,850.00	\$ 2,950.00	\$ 2,050.00	\$ 3,450.00	\$ 3,200.00	\$ 2,950.00	\$ 2,450.00	\$ 2,850.00	\$ 4,850.00	\$ 33,200.00
Costos Fijos	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,650.00	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,650.00	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 1,919.00	\$ 19,799.00
Empleados	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Teléfono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00				\$ 45.00	\$ 105.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Luz	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 234.00	\$ 2,214.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Bonificaciones												\$ 200.00	\$ 200.00

ANEXO 9

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO AÑO 2024

FLUJO DE EFECTIVO ENERO - DICIEMBRE DE 2024 TIENDA "MAR Y SOL"													
MESES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación													
INGRESOS													
+) Ventas	\$ 4,320.00	\$ 4,700.00	\$ 5,390.00	\$ 3,980.00	\$ 6,970.00	\$ 4,340.00	\$ 7,680.00	\$ 7,130.00	\$ 6,520.00	\$ 5,400.00	\$ 6,440.00	\$ 10,450.00	\$ 73,320.00
Total de Ingresos	\$ 4,320.00	\$ 4,700.00	\$ 5,390.00	\$ 3,980.00	\$ 6,970.00	\$ 4,340.00	\$ 7,680.00	\$ 7,130.00	\$ 6,520.00	\$ 5,400.00	\$ 6,440.00	\$ 10,450.00	\$ 73,320.00
EGRESOS													
(-) Costos Variables	\$ 2,160.00	\$ 2,350.00	\$ 2,695.00	\$ 1,990.00	\$ 3,485.00	\$ 2,170.00	\$ 3,840.00	\$ 3,565.00	\$ 3,260.00	\$ 2,700.00	\$ 3,220.00	\$ 5,225.00	\$ 36,660.00
Costos de Producción	\$ 2,160.00	\$ 2,350.00	\$ 2,695.00	\$ 1,990.00	\$ 3,485.00	\$ 2,170.00	\$ 3,840.00	\$ 3,565.00	\$ 3,260.00	\$ 2,700.00	\$ 3,220.00	\$ 5,225.00	\$ 36,660.00
(-) Costos Fijos	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,550.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,550.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,520.00	\$ 1,819.00	\$ 18,599.00
Agua	\$ 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
Alimentación	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Impuestos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Telefono	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Salario	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Internet	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Alquiler	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Marketing			\$ 30.00					\$ 30.00					\$ 45.00
Energía Eléctrica	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,140.00
Bonificación												\$ 200.00	\$ 200.00
Efectivo neto provenientes de Actividades de Operación	\$ 640.00	\$ 830.00	\$ 1,145.00	\$ 470.00	\$ 1,965.00	\$ 650.00	\$ 2,320.00	\$ 2,015.00	\$ 1,740.00	\$ 1,180.00	\$ 1,700.00	\$ 3,406.00	\$ 18,061.00
Flujo de Efectivo en Actividades de Inversión													
(-) Adquisición de Equipo	\$ -	\$ -350.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -1,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -2,450.00
Aire Acondicionado		\$ -400.00											
Computadores		\$ -550.00											
Refrigeradores						\$ -1,500.00							
Efectivo neto utilizado en Actividades de Inversión	\$ -	\$ -350.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -1,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -2,450.00
Flujo de Efectivo en Actividades de Financiación													
(-) Prestamo Bancario		\$ 1,000.00											\$ 1,000.00
Cuota de prestamo			\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -1,070.00
Efectivo neto utilizado en Actividades de Financiación	\$ -	\$ 1,000.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -107.00	\$ -70.00
Incremento Neto de Efectivo durante el periodo	\$ 640.00	\$ 880.00	\$ 1,038.00	\$ 363.00	\$ 1,858.00	\$ -957.00	\$ 2,213.00	\$ 1,908.00	\$ 1,633.00	\$ 1,073.00	\$ 1,593.00	\$ 3,299.00	\$ 15,541.00
Efectivo al inicio del periodo	\$ 2,500.00												\$ 2,500.00
Efectivo al final del periodo	\$ 3,140.00	\$ 4,020.00	\$ 5,058.00	\$ 5,421.00	\$ 7,279.00	\$ 6,322.00	\$ 8,535.00	\$ 10,443.00	\$ 12,076.00	\$ 13,149.00	\$ 14,742.00	\$ 18,041.00	\$ 18,041.00

ANEXO 10

INVENTARIO DE ENTRADAS Y SALIDAS AÑO 2024

TIENDA “MAR Y SOL”

INVENTARIO

CÓDIGO	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	STOCK INICIAL	ENTRADAS	SALIDAS	TOTAL	Costo Unitari	Costo Total
P001	Gaseosas	Paquete de 24 unidades en lata	500	300	175	625	\$ 8.40	\$ 5,250.00
P002	Jugos	Paquete de 24 unidades en lata	400	100	75	425	\$ 8.40	\$ 3,570.00
P003	Gatorade	Paquete de 12 unidades	300	100	75	325	\$ 6.00	\$ 1,950.00
P004	Cerveza	Paquete de 6 unidades en lata	500	200	175	525	\$ 5.10	\$ 2,677.50
P005	Agua	Paquete de 24 unidades en bolsa	4000	500	444	4056	\$ 0.50	\$ 2,028.00
P006	Boquitas	Tira de 12 unidades	1000	300	200	1100	\$ 0.84	\$ 924.00
P007	Galletas	Paquete de 12 unidades	500	100	100	500	\$ 2.88	\$ 1,440.00
P008	Pan de Caja	Cajas de 12 unidades	300	200	35	465	\$ 10.80	\$ 5,022.00
P009	Detergente	Paquete de 12 unidades	1500	0	303	1197	\$ 0.50	\$ 598.50
P010	Papel Higiénico	Paquete de 4 unidades	2000	200	400	1800	\$ 0.50	\$ 900.00
				0	0	0		\$ -
				0	0	0		\$ -
TOTAL DE COSTO								\$ 24,360.00

ENTRADAS

FACTURA	FECHA	CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	Costo Unitario	Costo Total
N-2024-07	02/11/2024	P010	Papel Higiénico	200	\$ 0.50	\$ 100.00
N-2024-08	10/11/2024	P008	Pan de Caja	200	\$ 10.80	\$ 2,160.00
N-2024-06	12/11/2024	P007	Galletas	100	\$ 2.88	\$ 288.00
N-2024-04	15/11/2024	P006	Boquitas	300	\$ 0.84	\$ 252.00
N-2024-09	15/11/2024	P005	Agua	500	\$ 0.50	\$ 250.00
N-2024-03	20/11/2024	P004	Cerveza	200	\$ 5.10	\$ 1,020.00
N-2024-05	24/11/2024	P003	Gatorade	100	\$ 6.00	\$ 600.00
N-2024-02	27/11/2024	P002	Jugos	100	\$ 8.40	\$ 840.00
N-2024-01	29/11/2024	P001	Gaseosas	300	\$ 8.40	\$ 2,520.00
						\$ -
						\$ -
Total ENTRADAS (COMPRAS)						\$ 8,030.00

SALIDAS

FACTURA	FECHA	CÓDIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	P.U. DE VENTA	INGRESOS POR VENTA
p-2024-219	05/12/2024	P005	Agua	444	\$ 0.50	\$ 222.00	\$ 1.00	\$ 444.00
p-2024-220	05/12/2024	P004	Cerveza	175	\$ 5.10	\$ 892.50	\$ 10.20	\$ 1,785.00
p-2024-221	10/12/2024	P006	Boquitas	200	\$ 0.84	\$ 168.00	\$ 1.68	\$ 336.00
p-2024-222	12/12/2024	P001	Gaseosas	175	\$ 8.40	\$ 1,470.00	\$ 16.80	\$ 2,940.00
p-2024-223	12/12/2024	P007	Galletas	100	\$ 2.88	\$ 288.00	\$ 5.76	\$ 576.00
p-2024-224	15/12/2024	P010	Papel Higiénico	400	\$ 0.50	\$ 200.00	\$ 1.00	\$ 400.00
p-2024-225	15/12/2024	P009	Detergente	303	\$ 0.50	\$ 151.50	\$ 1.00	\$ 303.00
p-2024-226	15/12/2024	P008	Pan de Caja	35	\$ 10.80	\$ 378.00	\$ 21.60	\$ 756.00
p-2024-227	20/12/2024	P002	Jugos	75	\$ 8.40	\$ 630.00	\$ 16.80	\$ 1,260.00
p-2024-228	21/12/2024	P003	Gatorade	75	\$ 6.00	\$ 450.00	\$ 12.00	\$ 900.00
Total SALIDAS (INGRESOS)					\$ 4,850.00	\$ 9,700.00		