

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADUACIÓN

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LAS MICRO
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEDICADAS A LA COMPRA Y VENTA DE
PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD**

PRESENTADO POR:

ERICK FRANKLIN LÓPEZ VIGIL

CINTIA JEAMILETH MONROY ECHEVERRÍA

IVANNIA MARIA RENDÓN RAMOS

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO(A) EN CONTADURÍA PÚBLICA

DOCENTE ASESOR:

LIC. CRISTÓBAL ROBERTO ELIZONDO CALDERON

FEBRERO 2018

SANTA ANA, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES CENTRALES



RECTOR

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICE-RECTOR ACADÉMICO

DR. MANUEL DE JESÚS JOYA ABREGO

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

ING. NELSON BERNABÉ GRANADOS

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS

MSC. CLAUDIA MARÍA MELGAR DE ZAMBRANA

FISCAL GENERAL

LICENCIADO RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
AUTORIDADES



DECANO

DR. RAÚL ERNESTO AZCUNAGA LÓPEZ

VICE-DECANO

MED. ROBERTO CARLOS SIGÜENZA CAMPOS

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MED. DAVID ALFONSO MATA ALDANA

JEFE DE DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MSC. WALDEMAR SANDOVAL

DOCENTE ASESOR

LICENCIADO CRISTÓBAL ROBERTO ELIZONDO CALDERON

AGRADECIMIENTOS.

Le agradezco a Dios Todopoderoso: Por la oportunidad de alcanzar esta meta, por la salud y la fuerza que me ha brindado, por su cuidado y protección a lo largo de los años de estudio y por la satisfacción de obtener este triunfo de vida.

A mi madre amada: María Acsa Vigil Sigüenza por el apoyo incondicional que siempre me ha brindado, por sus oraciones y sus palabras de ánimos y fortaleza en los momentos difíciles,

A mi hermana: Johana Raquel López por su apoyo especialmente brindado y su compañía en el proceso.

A mis compañeros de tesis: Ivannia Rendón y Cintia Monroy por la paciencia y esmero en la realización de este trabajo.

A los maestros: Por compartir su conocimiento y forjar carácter a través de sus enseñanzas, y a todas aquellas personas que contribuyeron a realizar este logro.

Erick Franklin López Vigil

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a Dios todopoderoso: Por haberme dado la oportunidad de cumplir una de mis metas más grandes, por proveerme de vida, sabiduría Y fortaleza, por su misericordia y por su fidelidad; ya que sin él, este triunfo no hubiera sido posible.

A mi familia: Especialmente a mi mama por su amor, apoyo y cariño a lo largo de mi vida, por permanecer a mi lado en todo momento a toda mi familia por su apoyo no importando las circunstancias y por ayudarme a cumplir mis sueños y perseverar cada día a mi lado.

A mi novio: por ser un apoyo incondicional en mi vida por estar apoyándonos siempre a lo largo de la carrera por su cariño y amor incondicional siempre.

A mis compañeros de tesis: que han estado en todo momento brindándome su apoyo y por haber estado desde los inicios de mi carrera, bendiciones en cada una de sus vidas.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a quienes les encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía a lo largo de mi vida.

Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Cintia Monroy Echeverría

AGRADECIMIENTOS.

A Dios todo poderoso: Agradezco su bendición por haberme permitido alcanzar la meta deseada, en el cual me brindo sabiduría, paciencia y confianza para poder culminar mi tesis de graduación.

A mi padre: Rafael Ernesto Rendón que es una parte fundamental en mi formación personal y profesional. Gracias por confiar y creer en mí, en mis expectativas y sueños y por apoyar cada uno de ellos. Por tus consejos que me sirvieron de mucho para salir adelante y poder culminar esta meta, por eso y muchas cosas más te dedico este triunfo te amo papa.

A mi madre: Estela Margarita Ramos de Rendón mi gran amiga, gracias por cada lagrima que con amor y paciencia secaste de mi rostro y me diste tu mano para levantarme y seguir adelante. Gracias mami por estar dispuesta y acompañarme en esas largas y agotadoras noches de estudio en las que tu compañía y la llegada de un café eran para mí como agua en el desierto. Te agradezco sus consejos que con amor me ayudaron a llenarme de coraje y no desmayar para seguir adelante y luchar por mi más grande sueño, por todos tus sacrificios que los llevo en mi corazón los cuales me sirvieran para poder superarme y obtener este éxito en mi vida, por eso y más te dedico este triunfo te amo mama.

A mi abuelo: Por ser mi pilar, ejemplo y fuente de inspiración en mi vida, por sus sabios y valiosos consejos que los aprecio y guardo con mucho amor.

Amis compañeros de tesis: Les agradezco por su apoyo, comprensión y sus consejos durante todo el tiempo que tengo de conocerlos.

A mi asesor: Por guiarnos en la elaboración de este proyecto y haber contribuido con sus consejos y conocimientos a culminar con éxito mi carrera.

A mis catedráticos: Un agradecimiento muy especial por haber contribuido en mi formación académica compartiendo su conocimiento.

Ivannia María Rendón Ramos

Contenido

INTRODUCCION	i
CAPITULO 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Situación problemática	1
1.2 Enunciado del problema	2
1.3 Justificación del tema	3
1.4 Alcances y limitaciones de la investigación	4
1.4.1 Alcances:.....	4
1.4.2 Limitaciones:	5
1.5 Delimitaciones de la investigación	5
1.5.1 Delimitación Temporal	5
1.5.2 Delimitación Geográfica.....	5
1.5.3 Delimitación específica o social	5
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.6.1 Objetivo General.....	6
1.6.2 Objetivos Específicos	6
CAPITULO II: ANTECEDENTES HISTÓRICOS, BASE LEGAL, BASE TEÓRICA ...	7
2.1 Antecedentes	7
2.1.1 Antecedentes Generales del comercio, la Micro y Pequeña Empresa	7
2.1.2 Antecedentes Generales de las empresas dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad	9
2.1.3 Clasificación de Comercio	10
2.1.4 Características de las microempresas en El Salvador	11
2.2 BASE LEGAL	12
2.3 BASE TEÓRICA	15
CAPITULO III	18
3.1 Marco metodológico	18
3.1.1 Tipo de estudio	18
3.2 Población y muestra	19
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	26
IV CAPITULO PROPUESTA O PROYECTO	58
4.1 Descripción de la propuesta o proyecto.....	58
4.1.1 Introducción de la propuesta.	58
4.1.2 Dar a conocer los temas a tratar en cada reunión:	60

4.1.3 Reunión 1 y 2 -Conceptos financieros.....	62
4.1.4 Reunión 3, 4, y 5 - Sistema financiero	71
4.1.5 Reunión 6 y 7- Tipos de Financiamiento	83
4.1.6 Reunión 8 Y 9 Emprendedurismo	89
4.1.7 Reunión 10 - Ley MYPE	98
4.1.8 Reunión 11,12 Y 13 –Manejo de una deuda	102
4.1.9 Reunión 14, 15,16 Control Interno.....	111
4.1.10 Reunión 17, 18, 19 Marketing	118
4.1.11 Reunión 20, 21 y 22 Conceptos fiscales básicos.....	136
4.1.12 Reunión 23 Preguntas y respuestas.....	155
4.1.13 Reunión 24Acto de cierre y entrega de diploma de participación	156
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	157
5.1 Conclusiones.....	157
BIBLIOGRAFÍA	161
Leyes.....	162
Paginas de internet.....	163

INTRODUCCIÓN

El objetivo de la educación financiera es obtener las competencias y conocimientos necesarios para aprovechar las oportunidades de negocios y los recursos económicos disponibles, prever anticipadamente las necesidades de dinero y su correcta distribución, buscando su mejor rendimiento. Por esta razón, la elaboración de un plan cuyo propósito sea educar financieramente a los participantes es el eje fundamental de la propuesta planteada sugiriendo alternativas que logren una equilibrada aplicación de los recursos en armonía con los objetivos de la empresa a través de conocimientos que puedan utilizar a corto plazo en su actividad económica.

La temática consiste en la implementación de un plan de educación financiera que proporcione herramientas que ayuden al micro empresa.

Se dan a conocer las mejores fuentes de financiamiento, diferentes métodos de control, mecanismos para cumplimiento de las obligaciones de pago, se brinda una estrategia para lograr una liquidez constante y la creación de fondos específicos con el propósito de tener planes de contingencia económica. Además se sugiere la intervención de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública como agentes capacitadores de las etapas a seguir dentro del proceso de educación financiera, esto con el fin que dicha labor sea acreditada como cumplimiento de su servicio social.

CAPITULO 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Planteamiento del problema

1.1 Situación problemática

En la economía salvadoreña las crisis nacionales e internacionales junto con las condiciones socio políticas suscitadas en la década de 1980, causaron un débil crecimiento económico y una escasa inversión local y extranjera, el conflicto armado fue una de las más graves y profundas crisis en la historia del país, perjudicó grandemente la economía, los daños causados a la infraestructuras de las instituciones públicas y privadas obligaron a muchas empresas a cerrar dejando a miles de salvadoreños sin empleo y aumentando con ello la pobreza, sin descartar las vidas humanas que se perdieron, estos acontecimientos generaron que muchas personas buscaran la forma de subsistir y una buena parte de la población rural emigro hacia la ciudad y otra hacia el exterior, siendo Estados Unidos y Canadá donde se asentaron la mayoría y otra parte de la población asentada en la ciudad, incursiono en el comercio ofreciendo bienes y servicio, dando inicio a las micro empresas (término adoptado como tal hasta el año 2014 por medio del Decreto Legislativo N° 667 publicado en el Diario Oficial el 20 de mayo de 2014, Ley MYPE).

El fenómeno hoy reconocido como micro empresa, desde esa época hasta la actualidad a logrando ser vista como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de desempleo y pobreza a escala nacional, dando a conocer su aporte directamente generando condiciones de competencia en el mercado. (Góchez & Álvarez, 2007). Además, es considerada como una herramienta para contribuir significativamente a reducir los índices de

pobreza; es decir, es “un motor generador de riqueza desde la base de la sociedad”, volviéndose crucial en el desarrollo de El Salvador.

A pesar de todas estas fortalezas, dentro de este sistema llamado micro empresa se ha determinado una de las mayores debilidades; y es la poca educación financiera. Por ser un negocio “micro” se piensa que se necesita poco o nada de principios financieros y las que se encuentran constituidas formalmente no se eximen de esta carencia, ayudar al manejo financiero de la empresa, construir una visión a futuro, optimizar recursos y expandir negocios es el propósito de todo plan financiero, sin dejar de lado que uno de los principales objetivos de toda micro empresa que es crecer económicamente hasta lograr convertirse en una gran empresas, sin embargo la mayoría son estancadas por la falta de conocimiento en el área financiera, y aun cuando sus ventas brutas al año son elevadas, de hasta 482 salarios mínimos o \$144,600 según la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) no es suficiente para crecer dentro de una economía competitiva, es ahí que se determinó que la falta de educación financiera está afectando grandemente a esta empresas dejándolas estáticas en una economía en movimiento.

1.2 Enunciado del problema

En el mercado central de la ciudad de Santa Ana, se están dando una cantidad considerable de problemas con respecto a la poca o nula educación financiera de las micro empresas y como esto es perjudicial para su desarrollo, en la actualidad se ha detectado una serie de deficiencias al respecto; por lo que se vuelve de suma importancia una investigación sobre la educación financiera en este sector y que se hagan las preguntas tales como:

¿Porque la importancia de la educación financiera dentro de una empresa?

¿Las micro empresas cuentan con recursos adecuados para la implementación de un plan financiero?

¿Realmente la Ley MYPE le dio solución a los problemas que enfrenta el micro empresa dentro del sistema económico o por el contrario persisten los mismos o habrán surgido otros de mayor magnitud?

Las preguntas anteriormente planteadas serán de investigación para profundizar de una manera teórica y práctica para proponer alternativas de solución.

1.3 Justificación del tema

En El Salvador, Ernesto Díaz. (2006) Pág. 34 afirma: “las micro empresas juegan un papel muy importante, se convierten en una fuente de suministros de bienes y servicios satisfaciendo las necesidades de diferentes áreas”. Se ve la necesidad de elaborar un plan destinado a inculcar los principios financieros que sirvan para la sostenibilidad y crecimiento del negocio, Además de brindar a los usuarios la información financiera precisa. (García Fonseca 2007-2009 <https://es.scribd.com/doc/82308505/Definicion-de-informacion-financiera>)

La importancia de esta investigación radica en el incremento que ha tenido el micro empresa en el mercado, que en los últimos años se abrió camino creando escenarios propicios para las transacciones comerciales, convirtiéndose en uno de los principales motores económicos y en una fuerza productiva contribuyendo al desarrollo del país.

A pesar de estas fortalezas no ha logrado cumplir su finalidad; convertirse en una gran empresa. Un plan destinado a inculcar los principios financieros representa una mejora en su desarrollo y una premisa para nuevos planes que contribuyan a aprovechar oportunidades de negocios, mejorar sus servicios, utilizar nuevas tecnologías y tipos de organización que

incentiven una alta rentabilidad del capital empleado y que generen mejores relaciones con la banca, proveedores y otras entidades.

Aun cuando han tenido mucho apogeo la mayoría de empresas consolidadas como micro empresas no lo han logrado desarrollarse totalmente, de ahí la importancia de contar con un plan financiero a través del cual se tengan proyecciones reales de crecimiento y con la información producida se pueda evaluar la situación actual de la empresa y así tomar mejores decisiones (Molina 2013).

La propuesta incluye la interacción de tres agentes que se verán beneficiados, el micro empresario directamente, el medio en el que se desenvuelve y el estudiantado en calidad de colaboradores para realizar su servicio social.

Con la implementación del plan la empresa, podrá ser más eficiente en cada uno de sus procesos los cuales serán controlados, mejorando así su imagen y competitividad en el mercado

1.4 Alcances y limitaciones de la investigación.

1.4.1 Alcances:

1. El presente estudio explorará el nivel de educación financiera que poseen los propietarios de microempresas del mercado central del municipio de Santa Ana.
2. La investigación abarca únicamente a las microempresas dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad, conocidas popularmente como agencias.
3. Con la información obtenida se analizarán los efectos de la Ley MYPE en el sector comercio.
4. Analizar los niveles de Emprendedurismo después de la implementación de la Ley MYPE y los programas de apoyo para este sector.

1.4.2 Limitaciones:

1. El período de tiempo de recolección de la información que comprende una duración de 4 meses a partir de 04 de setiembre de 2017.
2. Sesgo del Sujeto, es decir las respuestas que se obtendrán en una entrevista o encuesta dependerán del grado de conocimiento que se tenga acerca de las finanzas o temas afines, por tratarse de un tema técnico.
3. Disposición por parte de las personas que brindan la información o disposición de tiempo de parte de los mismos.
4. La falta de información bibliográfica, resistencia al cambio por parte de los agentes receptores y tiempo invertido en recibir la capacitación versus tiempo dejado de operar en el negocio.

1.5 Delimitaciones de la investigación.

1.5.1 Delimitación Temporal

El desarrollo de la presente investigación se realizará desde el 04 de septiembre del 2017 al 12 de enero del 2018

1.5.2 Delimitación Geográfica

El presente proyecto de tesis, tendrá como limitación espacial el mercado central y su periferia del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana, El Salvador.

1.5.3 Delimitación específica o social

Esta delimitación hace mención a los interesados del desarrollo del presente proyecto de tesis, estos son:

- Erick Franklin López Vigil, Cintia Jeamileth Monroy Echeverria e Ivannia María Rendón Ramos (autores del proyecto de tesis)

- Personas que intervendrán en las etapas del plan. (Colaboradores).
- Personas que comercializan en el mercado del municipio.
- Personas que se emplean dentro de la empresa.
- Personas que consumirán los productos de las empresas.

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Objetivo General

Realizar una propuesta acerca de un plan de educación financiera que permita el desarrollo de las microempresas del sector comercio brindando principios financieros, logrando una sostenibilidad en el mercado nacional

1.6.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar las fuentes de financiamiento que dispone las micro empresas para determinar cuál es la mejor opción y evitar un sobre endeudamiento.
- ✓ Realizar una investigación cuyo propósito sea obtener datos sobre la situación actual de la problemática presentada que sirvan de insumos para la elaboración del plan de educación financiera
- ✓ Implementar maneras eficientes de custodia, control, manejo y desempeño de los fondos, valores y documentos negociables que administra la empresa.
- ✓ Mostrar un manejo eficiente de la empresa apoyándose en herramientas financieras para lograr una correcta optimización de los recursos

CAPITULO II: ANTECEDENTES HISTÓRICOS, BASE LEGAL, BASE TEÓRICA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Generales del comercio, la Micro y Pequeña Empresa.

La Constitución de la República de El Salvador, en su artículo 115 establece: “el comercio, la industria y las prestaciones de servicios en pequeño son patrimonio de los salvadoreños por nacimiento y de los centroamericanos naturales. Su protección, fomento y desarrollo serán objeto de una ley”

A lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, la mayor fuente de comercio era la agricultura, con las cosechas de maíz, frijoles, algodón, tabaco y añil, siendo este último el principal producto de exportación, pero gradualmente fue sustituido por el café y los primeros sacos de grano se exportaron a finalmente en 1855. El aumento en la producción del café contribuyó a la formación del sistema bancario y de esa manera se desarrolló el comercio, siendo la actividad base para el intercambio de productos y servicios por medio de la compra y venta de los mismos.

El salvador dependía como muchas otras naciones de la exportación tradicional y tuvo que sufrir los efectos adversos del mercado internacional del café, azúcar y algodón, debió a las crisis económicas y políticas que se han vivido en la economía mundial, durante esa época no existía ciudades bien estructuradas, ni carreteras pavimentadas entre San Salvador y muchas cabeceras departamentales. Los derechos aduanales eran la principal fuente de ingreso para el Estado. (Equipo Maíz pág. 168)

El país estaba muy lejos de un desarrollo manufacturero que activase el comercio por medio de productos de fabricación interna, era un serio problema instalar un simple molino de nixtamal; las pocas fábricas operaban con sus propias plantas de fuerza motriz. Era necesario

pedir permiso a las compañías de alumbrado eléctrico hasta para instalar un bombillo casero y el mercado de electrodomésticos era limitado. No existían rótulos, ni aire acondicionado, ni escaleras mecánicas. Las carretas tiradas por bueyes constituían un alto porcentaje del sistema de transporte de mercaderías entre las bodegas del ferrocarril y los almacenes.

A pesar de todos los males que padeció el país por los efectos negativos mundiales, dejó una nueva visión encaminada a dirigir esfuerzos empresariales para el establecimiento de nuevas líneas de producción, con base en una política manufacturera para sustituir algunos rubros de exportación y además se comenzó a pensar como abastecer un mercado interno que estaba creciendo con el aumento de la población.

Es ahí donde las microempresas surgen a inicios del desarrollo industrial y quizá desde mucho antes aun cuando no se conocía este término, que han sido iniciadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos. (Según el libro sector comercio Greco 2006)

En el siglo XX, durante la época de 1950 las microempresas ya se consideraban parte del sector económico del país debido al proceso de modernización como efecto de la industrialización, sin embargo, carecían de recursos productivos.

El posicionamiento de la micro y pequeña empresa, no solo depende de las habilidades de su dueño, sino que deben crearse las condiciones de desarrollo favorables para su normal funcionamiento y para motivar también la iniciativa empresarial.

En la actualidad entre los esfuerzos más valiosos y relevantes para estimular a las micro y pequeñas empresas tenemos:

a) Otorgamiento de créditos a bajo interés por medio del Banco de desarrollo de El Salvador (BANDESAL)

b) Inserción a talleres de panadería, costurera, carpintería, entre otros, para los emprendedores que deseen iniciar su propio negocio.

Este tipo de comerciantes cuentan con gran potencial para brindar productos y servicios de calidad.

2.1.2 Antecedentes Generales de las empresas dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad.

El hombre ha comercializado desde sus orígenes, sin embargo, nadie conoce con exactitud cuándo comienza la actividad comercial, pero todos concuerdan que el inicio es el trueque de mercaderías el cambio de una cosa por otra.

En los tiempos más remotos, mucho antes de la existencia de las “tiendas” según narra FUSADES en su boletín económico social edición 1999 los vendedores y compradores se encontraban en un lugar determinado y colocaban sus mercaderías en el suelo y al aire libre dando así el espacio para comercializar productos de diferente índole tales como comida, ropa, calzado, etc.

La única forma de poder adquirir alimento, vestuario u otros elementos de uso diario era en el mercado o en la Cooperativa de la Fuerza Armada (COOPEFA), que se distinguía por su variedad de productos disponibles para los miembros de la FAES y sus familiares. Pero este lugar cerró sus puertas en la década de los 90 debido a la competencia de otras cadenas.

Hoy en día existen despensas económicas, agencias, tiendas de conveniencias y supermercados, estos últimos tienen la mayor demanda del sector y con un posicionamiento en todo el territorio nacional, pero no se debe olvidar que en sus inicios eran microempresas, tal es el caso de Súper Selectos que en 1950, Don Daniel Calleja incursionó en la operación del primer Supermercado de El Salvador propiedad de Don Agustín Alfaro. Se trataba en ese

entonces, de una pequeña tienda ubicada en la 9ª. Avenida Sur, una cuadra al norte de Almacenes Simán en el centro de la capital salvadoreña. Su nombre era "Sumesa".

2.1.3 Clasificación de Comercio

El comercio se define como la actividad que dirige el flujo de las mercancías desde los productos hasta el consumidor o usuario, haciendo de esto un proceso social que permite anticipar, ampliar y satisfacer la demanda de artículos mediante su promoción y distribución. Se puede clasificar en formal e informal según el libro aspectos generales sobre el comercio de UFG 2007.

Comercio formal:

Se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes. (Godoy valleta edición 1998)

El comercio formal presenta diversas ventajas dentro de las que se pueden mencionar:

- a) Garantía en los productos que se ofertan.
- b) Instalaciones adecuadas.
- c) Diversas formas de pago.

Entre las desventajas se pueden mencionar:

- a) Tramites extensos de constitución o liquidación si se tratase se sociedad mercantil.
- b) Costos adicionales concernientes a procesos de inscripción en las diferentes entidades.
- c) Contemplan un margen de precios un poco más elevado que el comercio informal

Comercio informal:

Está conformado por todos aquellos comercios que no están establecidos en un local específico, que no están apegados a las regulaciones legales, fiscales ni laborales y que generalmente las personas que laboran en él son consideradas por las autoridades, como comerciantes que constituyen parte de la Población Económicamente Activa (PEA), que no están inscritos al seguro social, que no trabajan en el sector público y declaran no ser desempleados.

Dentro de las ventajas que ofrece el comercio informal podemos citar las siguientes:

- a) Precios más bajos que en el comercio formal.
- b) Posibilidad de regatear el precio
- c) Calidad aceptable en los productos.
- d) Lugar accesible para realizar las compras.

Algunas desventajas del comercio informal son:

- a) Falta de garantía en los productos y servicios.
- b) Se pueden encontrar productos robados o piratas.
- c) Instalaciones inadecuadas.
- d) Falta de higiene.
- e) Única forma de pago: efectivo.

Para esta investigación se tomarán como objeto de estudio las microempresas pertenecientes al comercio formal.

2.1.4 Características de las microempresas en El Salvador

Las características más comunes identificadas son las siguientes según: Mercedes Góchez en su libro Caminos Recorridos

- Están dirigidas por sus propietarios, e integran de 1 a 10 empleados aproximadamente
- Un alto porcentaje de los propietarios son mujeres (30 a 60%)
- Tienen un acceso limitado al sector financiero formal
- Escaso adiestramiento técnico y gerencial
- Acceso limitado a los servicios de apoyo empresaria

2.2 BASE LEGAL

En el salvador las microempresas se rigen bajo ciertas normativas y leyes por lo cual se presenta una breve descripción de los artículos más relevante

Normativa Legal	Artículo	Asunto
Código de Comercio	Art. 1 Art. 2.	Los comerciantes, los actos de comercio y las cosas mercantiles se registrarán por las disposiciones de este Código y, en su defecto, por las demás leyes mercantiles, por los respectivos usos y costumbres, y a falta de unos u otros, por las normas del Código Civil. Son comerciantes: I- Las personas naturales titulares de una empresa mercantil, que se llaman comerciantes individuales. II- Las sociedades, que se llaman comerciantes sociales. Se presumirá legalmente que se ejerce el comercio cuando se haga publicidad al respecto o cuando se abra un establecimiento mercantil donde se atienda al público.

<p>Código Tributario</p>	<p>Art. 21 Art. 129</p>	<p>Los extranjeros y las sociedades constituidas con arreglo a leyes extranjeras podrán ejercer el comercio en El Salvador con sujeción a las disposiciones de este Código y demás leyes de la República.</p> <p>Este artículo establece la manera en la que las empresas deberán constituirse o nacer jurídicamente ante la legislación nacional, por la cual estará regida; toda empresa deberá realizarlo de esa manera.</p> <p>Las acciones serán de un valor nominal de un dólar de los Estados Unidos de América o múltiplos enteros de uno.</p> <p>Cada acción es indivisible. En consecuencia, cuando haya varios propietarios de una misma acción, éstos nombrarán un representante común, y si no se pusieren de acuerdo, el nombramiento será hecho por el juez de comercio competente a petición de uno de ellos.</p> <p>El representante común no podrá enajenar o gravar la acción, sino cuando esté debidamente autorizado por todos los copropietarios.</p>
--	-----------------------------	---

Ley de IVA	Art. 107 AL 119	<p>En estos artículos se contemplan que los contribuyentes deberán emitir y entregar por cada operación a otro contribuyente, un documento CCF, por la prestación de servicios que ellos realizan; si se trata de un consumidor final una factura. Es importante recalcar que los documentos utilizarán para sustentar operaciones de los tributos internos, existen otros documentos que deben tomarse en consideración por parte del contribuyente, entre otros se pueden mencionar: notas de remisión, notas de débito y crédito, existen requisitos diferentes, cuál sería el tratamiento cuando se utiliza máquina registradora.</p>
Ley del Impuesto Sobre la Renta	Art. 16 Art. 20 Art. 1 Art. 2	<p>El hecho generador se da en el momento en que se da la prestación de servicios, cuando una parte se obliga a prestarlos y otra a pagar un honorario u otra forma de remuneración.</p> <p>Acá señala todos aquellos que están involucrados y son de una u otra manera los que participan en la generación del impuesto, y determina la calidad que tiene cada uno.</p> <p>Se declara que toda aquella obtención de rentas en un periodo determinado implica el pago del impuesto establecido en concepto de rentas.</p> <p>En este artículo se determina cada una de las actividades</p>

		que son sujetas a la aplicación del impuesto sobre la renta; y que están obligadas al cálculo y pago del impuesto respectivo.
--	--	---

2.3 BASE TEÓRICA

El sector de la micro y pequeña empresa (MYPE) se ha convertido, en la última década, en uno de los principales motores de la economía salvadoreña por su aporte a la generación de empleos y su contribución al PIB (Producto Interno Bruto) de forma significativa orientada al crecimiento de esta variable. Además de esto contribuye al crecimiento profesional, personal y a la igualdad de género en el ámbito laboral.

Las microempresas realizan actividades generadoras de ingreso que se desarrollan en forma grupal, en casi todas las ramas económicas con diversos niveles de organización y formalización, con rangos muy amplios en su venta, rentabilidad y salarios del personal, generan ingresos para más de un millón de salvadoreños y tienen un importante lugar como proveedores de insumos y productos.

En El Salvador se estima que el número de las micro y pequeña empresa es de 512,142; de los cuales, 15,777 son pequeña empresa (3.1%) y 496,365 son microempresas (96.9%) las cuales en su mayoría pertenecen al sector comercio y servicio (Góchez 2016).

En los últimos cinco años se ha fortalecido al sector con iniciativas de apoyo institucional que contribuyen al desarrollo del mismo, siendo la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, CONAMYPE, la entidad coordinadora y promotora de dichos esfuerzos, como un representante del estado.

A pesar del apoyo institucional que reciben las microempresas, han experimentado dificultades para poder aprovechar debidamente su potencial las cuales se mencionan a continuación.

a) Deficiencias en la Organización y manejo de fondos.

La mayoría de microempresas presentan problemas de organización, a nivel administrativo, productivo y de comercialización, muchos de los propietarios no distinguen la economía familiar con la del negocio por esta razón es que los ingresos son utilizados también para cubrir necesidades de tipo familiar.

b) La competencia

Se enfrentan a empresas que tienen garantizado parte de su éxito por la organización que poseen y están en ventajas a la hora de competir ya que están mejor preparadas para hacerle frente a sus competidores.

c) Deficiente administración

Aunque nadie pretende tener la fórmula secreta que garantice el éxito en los negocios si es posible asegurar que, en gran parte, el éxito se basa en la combinación de ciertos factores y habilidades que tienen que ver con lo que se conoce como la Administración adecuada, saber hacia dónde se va y como tratar de lograr los objetivos, contar con reservas para utilizarlas como “colchón” cuando las condiciones se ponen difíciles y tener mecanismos de control para valorar los progresos.

d) No registran sus operaciones o registro inadecuado de las mismas.

Algunas de las microempresas no registran o no cuentan con un orden en sus registros, algunas de ella por falta de conocimiento el cual hace que no conozcan sus ingresos y gastos reales durante un periodo determinado.

e) Limitada afiliación gremial

Es muy probable que el micro empresario no esté consciente sobre la importancia de estar asociado a alguna gremial de tipo empresarial y en tal sentido esto explicaría el bajo porcentaje de afiliación. Sin embargo, es de importancia mencionar que existen otras razones y requisitos de ingresos que limitan el acceso de las microempresas a las gremiales.

Son algunas dificultades que impiden directamente el desarrollo de las microempresas es de recordar que las microempresas en El Salvador, al igual que en todos los países del mundo, promueven el aumento de la competitividad individual para aumentar la competitividad empresarial y la de cada país en su conjunto, pero debido a estas dificultades son detenidas y en ocasiones causan su cierre total por ello, se requiere crear un plan destinado a inculcar los principios financieros que presente las bases para el manejo de fondos, organización de ingresos y gastos y una administración adecuada, para competir en el mercado de manera eficaz y eficiente, aprovechar oportunidades de negocios, mejorar los servicios, y utilizar nuevas tecnologías.

Para efectos de esta investigación las empresas dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad se entenderán como despensas de alimentos económicas y agencias, que a continuación se detallan.

Despensa de Alimentos: Lugar o sitio en el cual se almacenan los alimentos tanto perecederos como los no perecederos.

Dispensa Económica: Local dentro del cual se almacenan y se colocan a la vista del público productos de la canasta familiar para su venta, como si se tratase de una tienda mayorista, con la excepción que se ofertan al menudeo.

Agencias: Popularmente conocidas así en El Salvador son locales más grandes que los mencionados anteriormente, caracterizándose por ser atendidas por varias personas las cuales devengan un salario.

CAPITULO III

3.1 Marco metodológico.

En base a las características del tema de investigación el tipo de estudio que se llevará a cabo será el descriptivo, por el hecho de que permitirá recolectar toda la información necesaria para poder realizar un plan de educación financiera para la micro empresa del sector comercio dedicadas a la venta y compra en la zona central del municipio de Santa Ana con la sugerencia que sea realizado a través del servicio social del departamento de ciencias económicas de la Universidad de El Salvador Facultad Multidisciplinaria de Occidente de la ciudad de Santa Ana.

3.1.1 Tipo de estudio

Investigación Bibliográfica

Esta investigación proporcionará los argumentos necesarios que servirán de base para la realización de la investigación, mediante la consulta de libros, revistas, boletines, páginas web, entre otros que estén relacionados con el tema de investigación.

Investigación de campo

En este tipo de investigación se hará uso de técnicas e instrumentos de recolección de datos que permitan obtener información necesaria sobre la problemática planteado, en donde una vez se ha recabado la información entonces se inicia el procesamiento de datos, mediante el cual se tabulan y presentan en forma conjunta la información obtenida

3.2 Población y muestra

Debido a que la propuesta estuvo dirigida a empresas de servicios que se dedican a la compra y venta de productos de primera necesidad conocidos popular mente como agencia para el universo fueron tomadas todas aquellas que se dediquen a dicha actividad.

Según los datos obtenidos a través de un censo realizado en la etapa de observación arrojo una población de 56 agencias establecidas en el mercado central de Santa Ana aproximadamente dado que no se nos fue posible obtener información de las entidades estatales y municipales.

La muestra representativa es la siguiente:

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

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

e = Margen de error permisible

N = Población total

Sustituyendo:

n = ?

$$Z = 1.95$$

$$p = 0.70$$

$$q = 0.30$$

$$e = 10\%$$

$$N = 56$$

$$n = \frac{1.95^2 \cdot 56 \cdot 0.70 \cdot 0.30}{0.10^2 (56 - 1) + 1.95^2 (0.70)(0.30)}$$

$$n = \frac{44.7174}{0.55 + 0.798525}$$

$$n = \frac{44.7174}{1.348525}$$

$$n = 33.1602 \approx n = 33$$

Basados en este resultado, el total de empresas encuestadas fue de 33

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El desarrollo del estudio está dirigido a la obtención de información sobre cómo realizar propuesta de un plan de educación financiera para las microempresas del sector comercio dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad para tener una visión amplia del tema, dicha recolección se hará a través de diferentes instrumentos los cuales se mencionan a continuación:

La entrevista

Es una técnica para obtener datos que consiste en un dialogo entre dos personas: el entrevistador “investigador” y el entrevistado.

Propósito de la entrevista:

Cualquiera que sea el propósito específico de la entrevista los objetivos siempre serán los mismos: Obtener información, Establecer una relación de empatía, Registrar los hechos para que se registren más tarde.

Función de la entrevista:

Obtener datos del hecho para información, Comprobar los datos o la información que ya esté en su posesión. Se da por sentado que el investigador usara diferentes métodos cuando él no quiera obtener más datos, sino confirmar los que ya tiene.

Etapas de la entrevista:

Introducción, Planeación, Obtención de la información, Revisión, Terminación

Pasos generales en la entrevista:

Elementos, Preparación (planear), Apertura, Escuchar, Entrevistar, Cerrar.

La encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Esta técnica se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

La encuesta se define como una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. No obstante, en el mundo de la educación, y dada la relación que existe entre los sistemas abiertos, no es posible evitar su utilización ligada a la evaluación diagnóstica, al análisis de necesidades y a la búsqueda y almacenamiento de información.

Características de la encuesta

La encuesta es una observación no directa de los hechos, sino por medio de lo que manifiestan los interesados.

- Es un método preparado para la investigación.
- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse universalmente.
- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Universalidad de la encuesta

Prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas.

En primer lugar las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actividades, valores, creencias y motivos. Hay estudios experimentales en que se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevistas hacen posible determinar las variables del estudio.

En segundo lugar, las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información y a cualquier población. Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los

entrevistados y permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniendo gran cantidad de datos a un precio bajo y en un período de tiempo corto.

Las encuestas se pueden realizar sobre el total de la población o sobre una parte representativa de la misma que llamamos muestra. Exceptuando los estudios a toda la población, las encuestas se suelen realizar sobre una muestra representativa.

Observación de campo

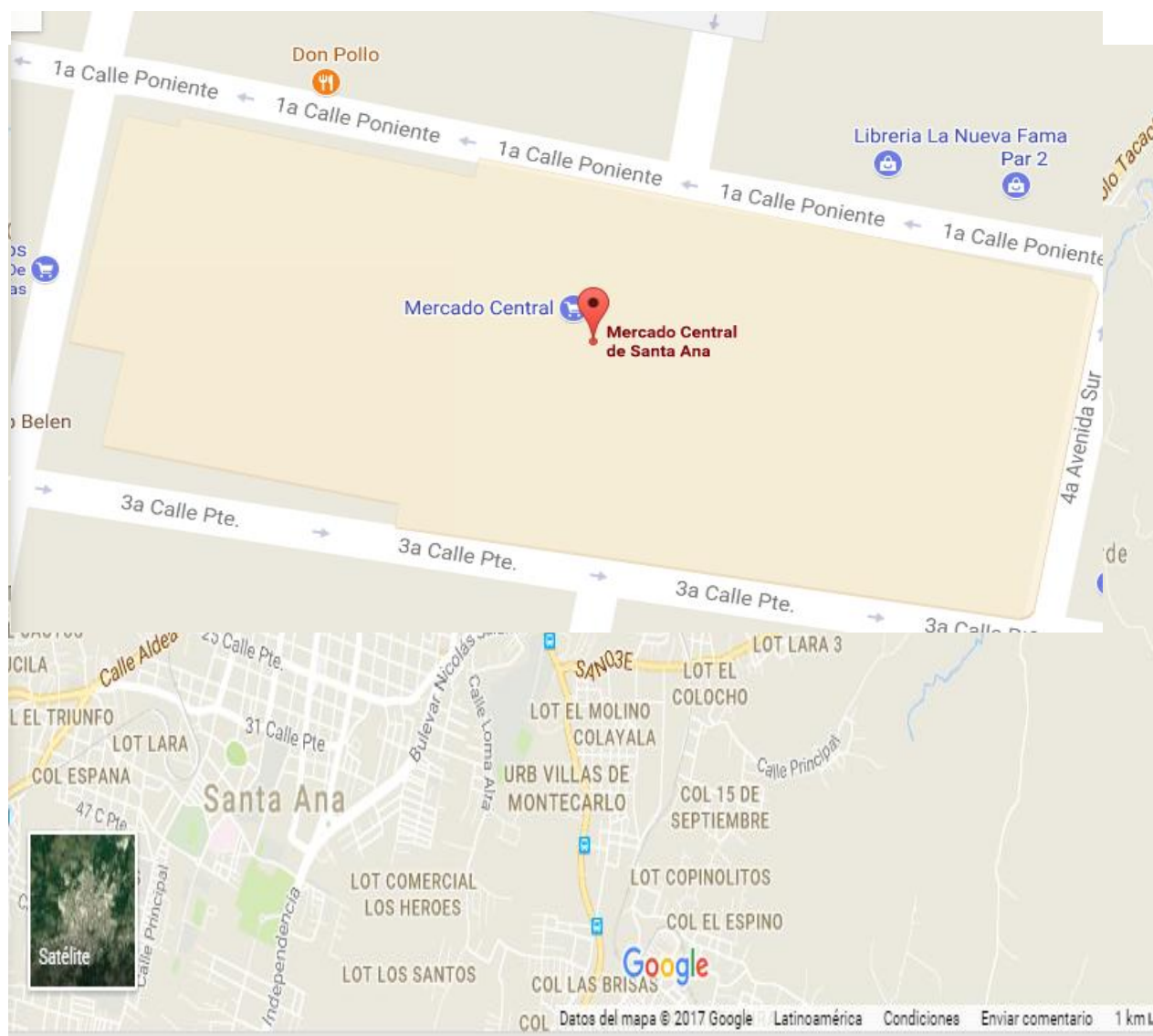
Es el recurso principal de la observación descriptiva; se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.

Como método de recolección de datos la observación consiste en mirar detenidamente las particularidades del objeto de estudio para cuantificarlas. En las ciencias sociales el objeto de estudio lo constituyen conductas, actitudes, manifestaciones, entre otros; mostradas por uno o varios individuos en su contexto

La observación consta de las siguientes etapas

- Elección del espacio y los sujetos a observar;
- Acceso al escenario;
- Estancia en el escenario (hasta llegar a la obtención del dato estadístico necesario para correcta asignación de la población y muestra)
- Retirada del escenario.

A continuación, se adjunta la delimitación geográfica del escenario para esta investigación.



Reseña Histórica:

El mercado central de Santa Ana es una de las principales plazas comerciales de esta ciudad a su vez es el más antiguo de la localidad y forma parte de su centro histórico. Desde la época colonial el mercado de la ciudad se encontraba ubicado en la plaza pública tal cual como sucedía en cualquier otra población de estilo español pero posteriormente el 8 de junio de 1886 por acuerdo ejecutivo del presidente francisco Menéndez se dispuso que se construyera

un parque en la plaza pública Santaneca originalmente nombrado como parque Guzmán que luego en honor al centenario del primer movimiento de independencia en 1911 se le bautizo como parque Libertad debido a ello el concejo municipal decidió buscar ideas para la construcción de un nuevo mercado aceptándose el 11 de agosto de 1887 la idea presentada por los contratistas y arquitectos estadounidenses David Clark y José MC firmando el acuerdo total el 18 de octubre de ese mismo año el nuevo mercado conocido actualmente como mercado central fue construido en el barrio san Sebastián en la 4 avenida sur entre la primera y tercera calle poniente su costo aproximado fue de \$21,143.00 que fue desembolsado totalmente por la compañía anónima fundada por Clark e Llivaine quienes se hicieron cargo de la administración por los próximos 50 años hasta el 19 de abril de 1940 cuando paso hacer propiedad de la alcaldía municipal .

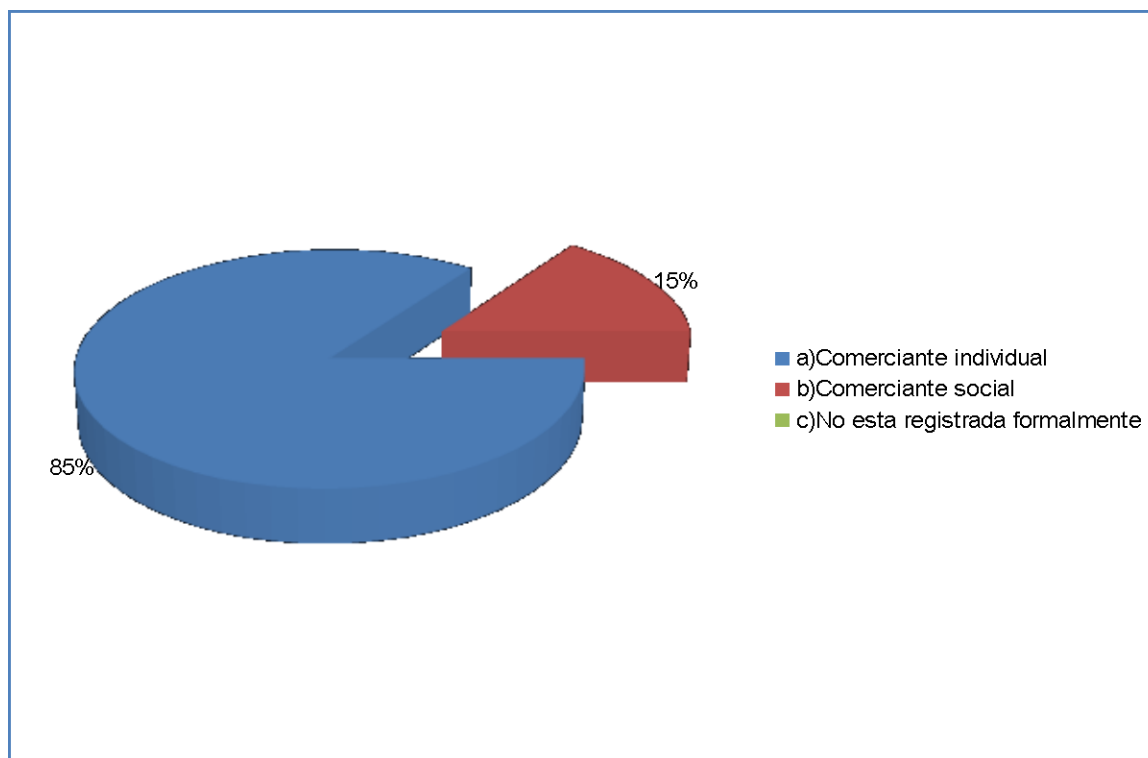
3.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Pregunta 1

Objetivo: Conoce que tipo de empresa se está evaluando:

1. ¿Cómo está registrada su empresa?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Comerciante individual	28	85%
b) Comerciante social	5	15%
c) No está registrada formalmente	0	0%
Total	33	100%



Análisis

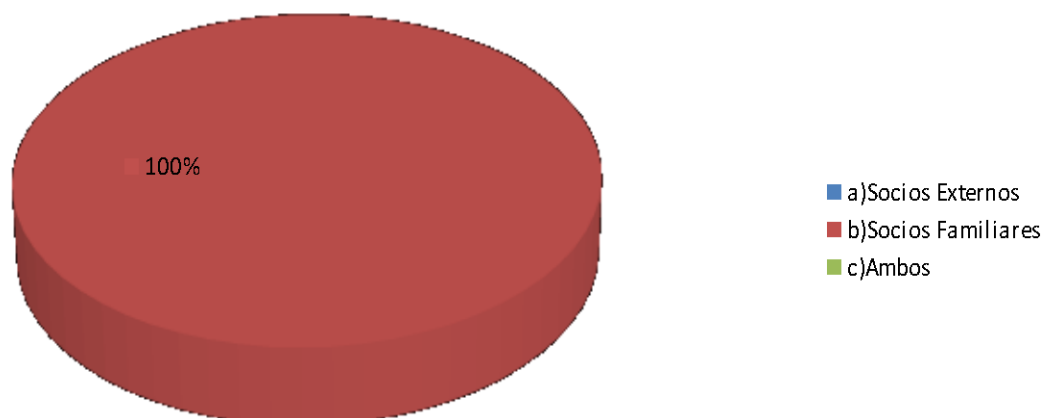
Con los resultados de la interrogante anterior se puede determinar que las mayoría de microempresas, un 85% dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad se encuentran registrados como comerciantes individual siendo este la persona que teniendo capacidad para ejercer el comercio, ejercita con habitualidad y en nombre propio realiza una actividad económica dirigida a la producción o intermediación de bienes o servicios para el mercado, aunque se sirva de representantes o apoderados, asumiendo personalmente los derechos y obligaciones que se producen en la negociación mercantil sea cual fuere el sector económico a que se dedique, ya definido esto se puede decir que esta figura por así llamarle surge por el hecho que en su mayoría tiene un único dueño quien se hace cargo de la administración aun cuando utilice el servicio remunerado de otras personas aunque estas sean familia no las convierte en socios, puesto que es solo un negocio familiar y no una sociedad debido a esto, es muy poco el porcentaje el cual se manifestado tener una sociedad siendo en un 15% por el hecho que casi siempre en este tipo de microempresas no hay ganancias constantes debido a que las ventas fluctúan de un día para otro por así decirlo teniendo en cuenta esto les sería muy difícil si tuviese socios estaría obligado a dividir ganancias sin embargo si es un solo dueño las ganancias totales le quedan a él, teniendo esto como ventaja además de poder manejar según su criterio su entidad.

PREGUNTA 2

Objetivo: Conocer la naturaleza de la sociedad

2. ¿Si la respuesta anterior fue “Comerciante social” Cómo está constituida la sociedad?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Socios Externos	0	0%
b) Socios Familiares	5	100%
c) Ambos	0	0%
Total	5	100%



Análisis

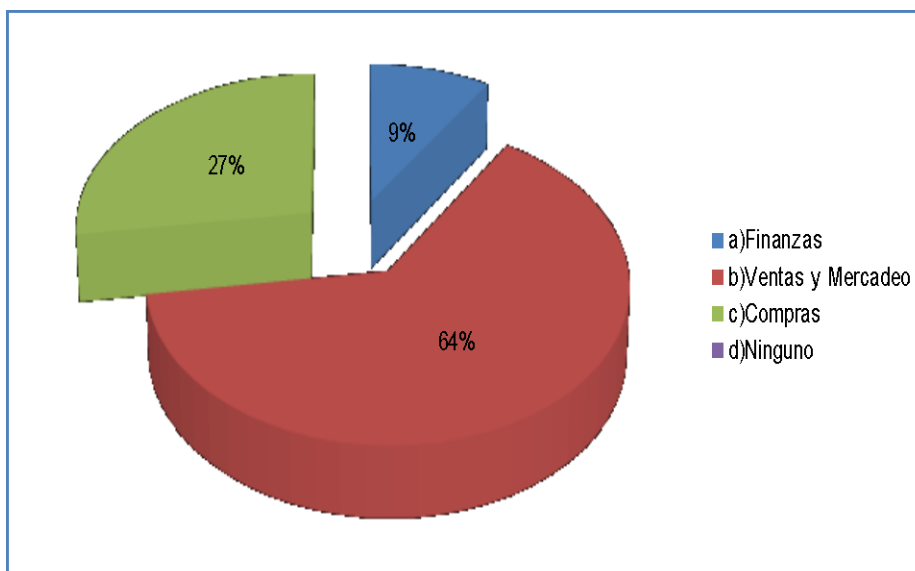
En la interrogante número 1 se determinó que eran pocas las microempresas en un 15% dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad las cuales están registradas como comerciante social ya teniendo este dato se obtuvo como resultado que las empresas registradas de esta manera son en su totalidad sociedades familiares.

PREGUNTA 3

Objetivo: Conocer los departamentos o divisiones de la empresa

3. De la siguiente estructura organizativa ¿Con cuales departamentos cuenta la empresa?

Respuesta	Total de respuestas	Porcentaje
a) Finanzas	3	9%
b) Venta y Mercadeo	21	64%
c) Compras	9	27%
d) Ninguna	0	0%
Total	12	100%



Análisis

Para esta pregunta se contaba con las opciones de respuestas departamento de: finanzas, venta, mercadeo y compras, también si no tenía se podía optar por la respuesta ninguno arrojando como resultado según los dueños de las microempresas ubicadas en el mercado central de Santa Ana que los departamentos de ventas y mercadeo se encuentran en un porcentaje del 64% debido que según ellos estos departamentos son importantes y en su mayoría se establecen simultáneamente haciendo que esto les favoreciera más en su negocio ya que El departamento de ventas es el que se encarga de la distribución y venta de los productos. En este departamento se prepara día a día el pedido de ventas a manufactura según su requerimiento y trabaja en conjunto con mercadeo para lanzamiento de productos, promociones y ofertas. Está encargado de contratar a promotoras, vendedores, supervisores y llevar control de inventarios de productos.

Siendo estos los departamentos prioritarios de la empresa, ya que a través de su buena gestión la empresa puede vender distribuir y dar seguimiento de los diferentes proveedores y clientes.

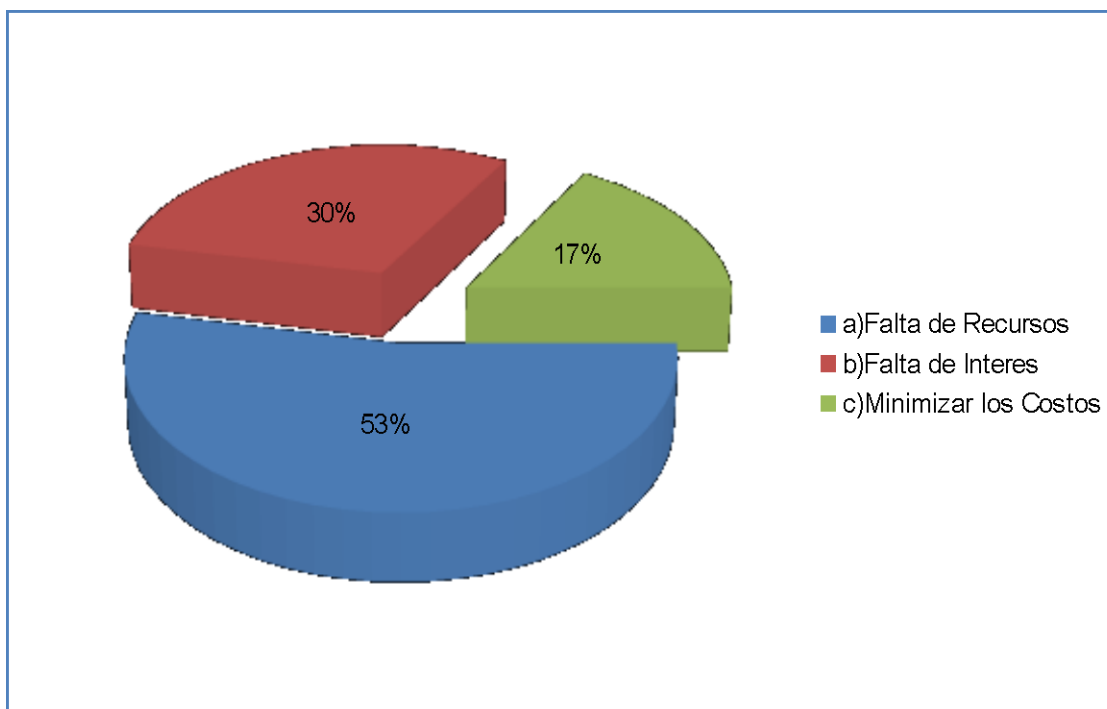
Como segundo resultado se obtuvo un porcentaje 27% se encuentra el departamento de compras pues según, dicen los propietarios le es importante porque se puede llevar un las adquisiciones necesarias en el momento debido, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado. Pero no lo es tanto como el de ventas y mercadeo. Luego en un 9% le sigue el departamento de finanzas el cual determinaron que no era muy necesario debido que ellos consideran tener el conocimiento necesario para manejar esta área sin tener que gastar tanto.

PREGUNTA 4

Objetivo: Conocer las posibles causas de la ausencia de un departamento de finanzas si es que existe

4. De no contar con el departamento de finanzas ¿cuáles podrían ser las principales causas?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Falta de Recursos	16	53%
b) Falta de Interés	9	30%
c) Minimizar Gastos	5	17%
Total	30	100%



Análisis

De la pregunta anterior(3) se dio a conocer que la mayoría de microempresas es decir de 33 encuestadas 30 no tienen departamento de finanzas se tomó este porcentaje como muestra total analizando que de esta muestra en un 53% se debe a la falta de recursos pues dicen es un poco caro mantener este departamento y pagar un salario a una persona que este sumamente capacitada para esta área precisando que pueden contratar una persona externa quien lleve asuntos financieros y si en un momento necesitan ayuda en alguna toma de decisiones contratar solo por ese periodo a una profesional en el área para el asesoramiento que necesite, también se obtuvo que en un 30% de los resultados no presta atención a este departamento manifestando falta de interés pues concuerdan que este área no es importante en la empresa pues ellos siempre llevan el control en sus finanzas.

un porcentaje menor del 17% también manifestaron no tener este departamento por minimizar gastos debido a que ellos consideran un gasto este departamento y creen tener el

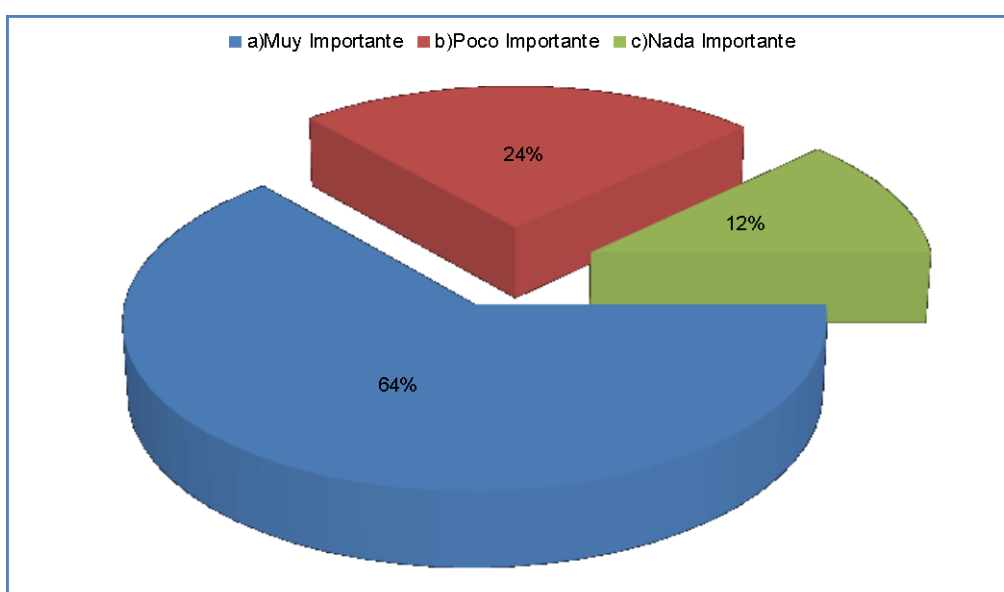
conocimiento para manejar esta área algunos manifestaron que no le podían pagar a alguien por algo que ellos podían hacer.

PREGUNTA 5

Objetivo: Conocer la relevancia que tiene la planificación financiera en las decisiones de la empresa

5. ¿Cómo considera la planeación financiera en el proceso de toma de decisiones?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) muy importante	21	64%
b) poco importante	8	24%
c) nada importante	4	12%
Total	33	100%



Análisis

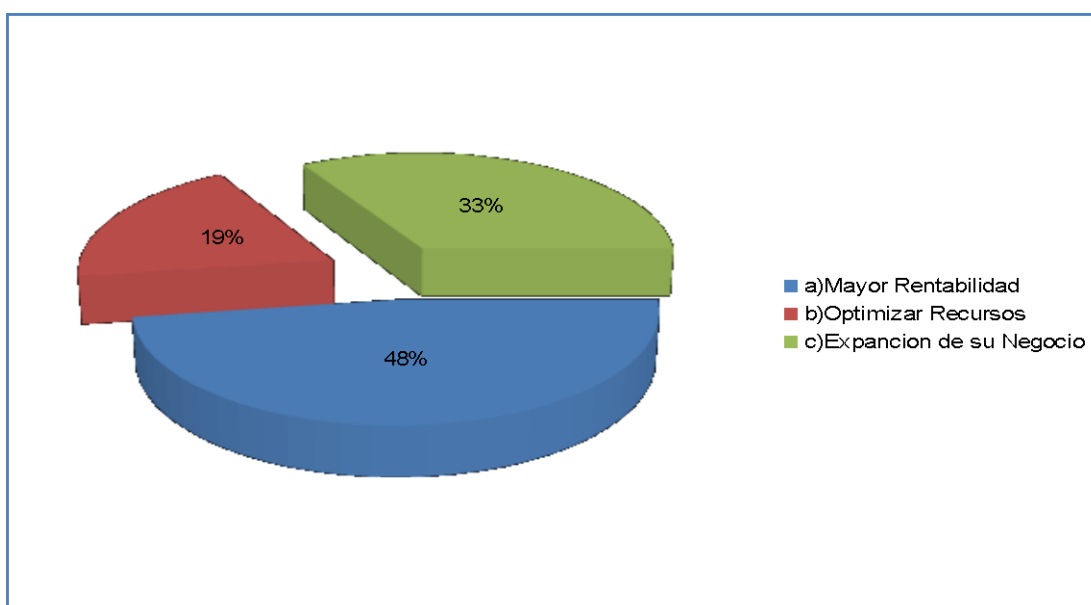
La planeación financiera es considerada muy importante ya que se obtuvo un resultado bastante alto en esta opción pues a pesar de no contar con un departamentos ellos consideran en un 64% tener la habilidad y conocimiento necesario para tomar decisiones y subsanar las dificultades que se le presente dentro de su negocio haciendo ellos un plan financiero pues la planificación financieras aquella que ayuda a formular las alternativas estratégicas del negocio , la cual define el rumbo que tiene que seguir una organización para alcanzar sus objetivos estratégicos mediante un accionar armónico de todos sus integrantes, es así que las personas encuestadas determinan que es de suma importancia contar con un plan financiero para tomar decisiones aunque también hubo otro porcentaje del 24% el cual determino que no era muy importante basándose en que consideran que algunas decisiones que toman en sus microempresas no requieren de planificación financiera así que toman esto como una opción según sea el momento en que este atravesando la empresa. una minoría el cual es del 12% que expreso que no era nada importante pues no consideran que un plan financiero ayude en la empresa considerando que no seguirían los lineamientos establecidos en ello sino su propio instinto en negocios.

PREGUNTA 6

Objetivo: Saber que motivaría a la empresa para elaborar un plan financiera

5. De las circunstancias que se presentan ¿Cuál es el motivo principal que tendría para elaborar un plan financiero?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Mayor Rentabilidad	10	48%
b) Optimizar Recursos	4	19%
c) Expansión del Negocio	7	33%
Total	21	100%



Análisis

Según los encuestados que opinaron el interrogante anterior (5) era importante hacer un plan financiero definieron también en un 48% que eran importantes por el hecho de tener una mayor rentabilidad hace referencia al rendimiento que producen una serie de capitales en un determinado periodo de tiempo. Es una forma de comparar los medios que se han utilizado para una determinada acción, y la renta que se ha generado fruto de esa acción, ellos

manifiestan que un plan financiero les ayudaría en ese ámbito puesto que aun cuando tienen conocimiento les gustaría estructurar una forma más compleja a través de un plan esas ideas y posibilidades.

También un porcentaje del 33% determino que un plan financiero les ayudaría a optimizar los recursos puesto que considerarían riesgos ya sea que ocupen esta información para hacer una inversión, analizar gasto, o simplemente una compra.

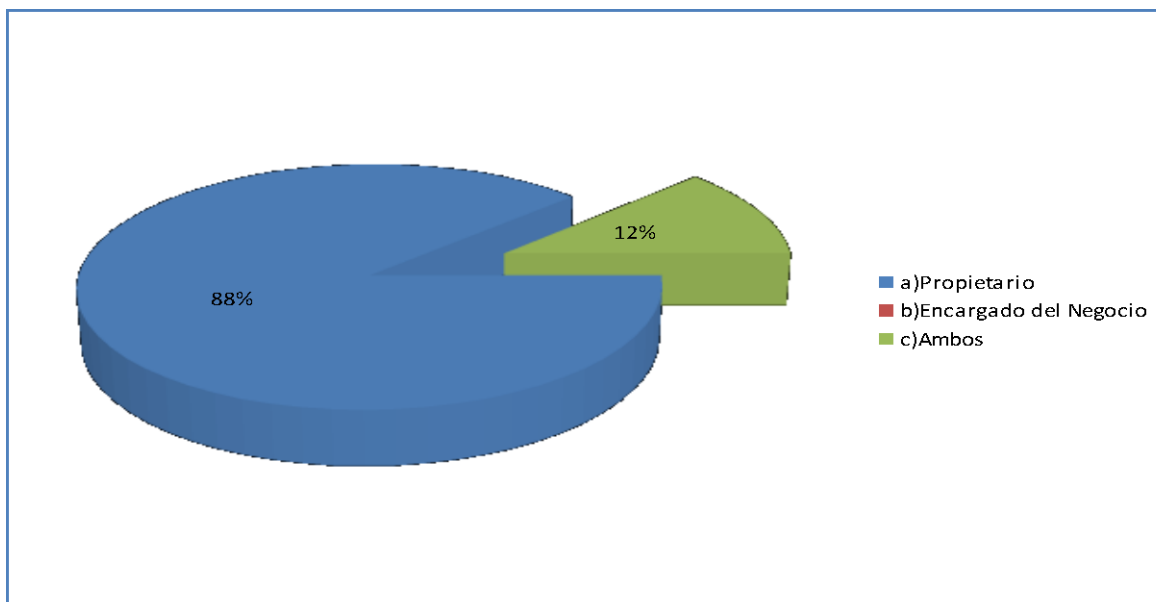
Hubo también un porcentaje del 19% el cual expreso que tener un plan financiero les ayudaría a la expansión de su negocio pues consideran que analizaran más sus decisiones dejando de un lado ciertas situaciones ya que a través de este plan conocerían mejor su negocio y las ventajas que tiene ante la competencia.

PREGUNTA 7

Objetivo: Identificar quien es el responsable de la toma de decisiones

7. ¿Quiénes son los encargados de elaborar la planificación para el cumplimiento de los objetivos?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Propietario	29	88%
b) Encargado Del Negocio	0	0%
c) Ambos	4	12%
Total	33	100%



Análisis

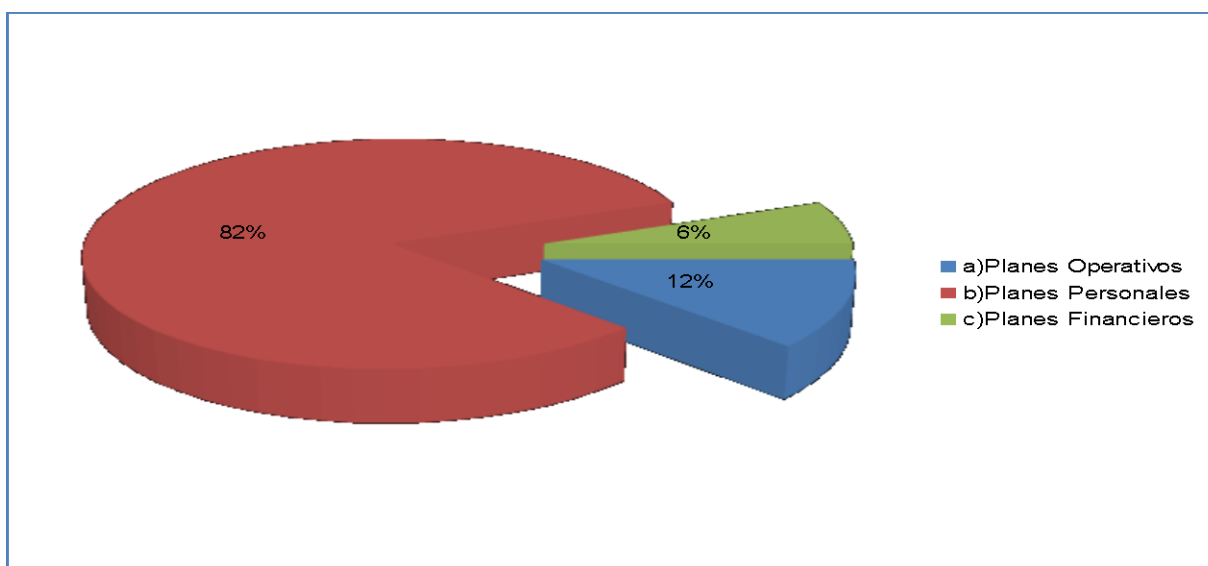
Se define en su mayoría en un 88% por la respuesta del literal “A” el cual expresaba que era el propietario quien tomaba las decisiones quien a su vez era el dueño manifestando que es difícil que el delegue el cargo siendo este quien asume las responsabilidades de sus decisiones y si estas fuesen erróneas las enfrenta según sus condiciones más sin embargo si delega este puesto no puede asimilar fácilmente errores ocasionados por otras personas aun cuando su negocio es familiar no deja el propietario que otra persona dirija la empresa, en ocasiones según arrojó la encuesta en un porcentaje del 12% que hay algunas microempresas que decide nombrar a una persona que se encargue del negocio aun cuando este no sea el dueño del negocio un dato muy interesante es que estos encargados son siempre de la misma familia es decir hijos o conyugues del dueño por la misma confianza que tiene puede permitir que este tenga cierto control sobre el negocio, más sin embargo este siempre tiene que consultar el dueño quien a través de su experiencia apoya constantemente al encargado pero no dejando que este tome alguna acción por su cuenta es decir la dirección es dirigida por los dos

PREGUNTA 8

Objetivo: Identificar quien es el responsable de la toma de decisiones

8. ¿Qué tipo de planificación utilizan para el cumplimiento de los objetivos?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Planes Operativos	4	12%
b) Planes Personales	27	82%
c) Planes Financieros	2	6%
Total	33	100%



Análisis

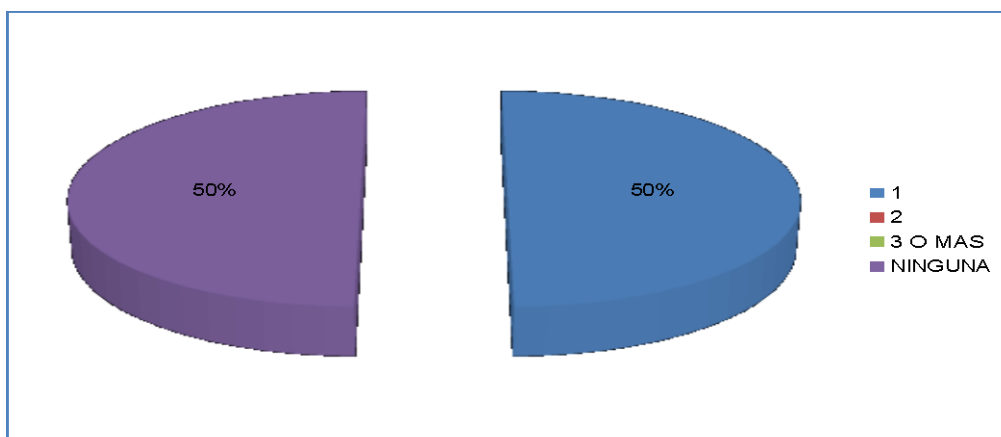
En esta encuesta sobresalieron con un 82% que la mayoría de micro empresa dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad tiene planes personal para la toma de decisiones y alcance de sus objetivos esto debido a que son negocios familiares e imponen su decisiones sobre el negocio para el beneficio de su familia pues en estos casos los planes de la empresa son también planes personales pues es dirigida por el dueño quien a su vez tiene que enfrentar situaciones que debe manejar a manera de no afectar a la empresa porque también afectaría a la familia los objetivos que persigue la empresa son alcanzados siempre y cuando sea un esfuerzo en conjunto. Mientras en un 12% opinaron que utilizan planes operativos el cual es la culminación del detalle de un plan estratégico y de un plan director por así llamarlo ya que se es firmado por los encargados de la empresa detallando aquello que quieren alcanzar en su compañía Debido a esta circunstancia , en él se debe adaptar los objetivos generales de la compañía llevarlos a cada departamento, y traducir la estrategia global de la misma en el día a día de sus trabajadores para tener éxito y lograr con más facilidad los mismos. Mientras que en un 6% manifestaron optar por un plan financiero ya que explican que una buena idea debe ir bien acompañada de una planificación financiera para asegurar la viabilidad económica de un proyecto...

PREGUNTA 9

Objetivo: Evaluar el interés de las empresas en capacitar al personal designado para el área de finanzas.

9. ¿Cuál es el número de capacitaciones que recibe en el año la persona encargada de elaborar la planificación financiera?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) 1	1	50%
b) 2	0	0%
c) 3 ó mas	0	0%
d) Ninguna capacitación	1	50%
Total	2	100%



Análisis

Del porcentaje de las personas que dictaminan que sus objetivos son logrados a través de la planificación financiera se les dictamino esta interrogante la cual arrojó que en un 50% mandan a su personal a capacitar una vez cada año pues según ellos es importante mejorar los 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, como se desarrollan las organizaciones aunque dictaminan que no lo pueden hacer muchas veces al año por su tiempo y el costo que implica una capacitación de esta índole.

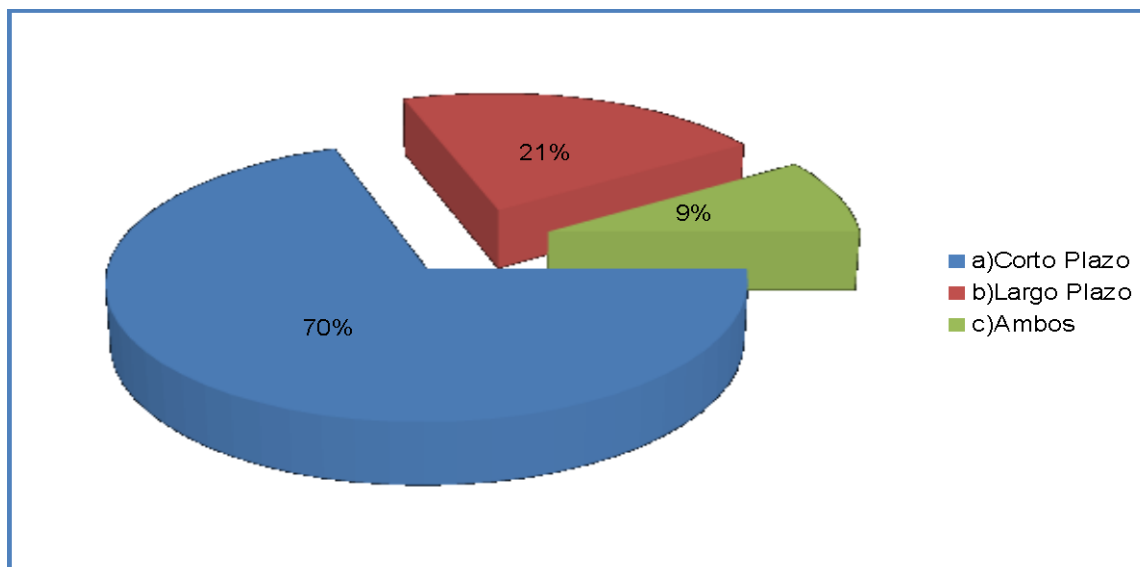
El otro 50% dice que nunca manda a capacitar al personal pues dice que el personal encargados de esa área tienen los conocimientos indispensables para ocupar un puesto de trabajo pues lo ven como un gasto y no como una inversión dictaminando que sus recursos humanos se pueden remplazar si en un momento dado no cumplen con su trabajo y que quien les asegura que después de capacitarlos no van a buscar un empleo mejor.

PREGUNTA 10

Objetivos: Identificar la forma en que ellos proyectos sus actividades

10. ¿Cuál es el periodo que comprende la planificación?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Corto plazo	7	21%
b) Largo plazo	23	70%
c) Ambos	3	9%
Total	33	100%



Análisis

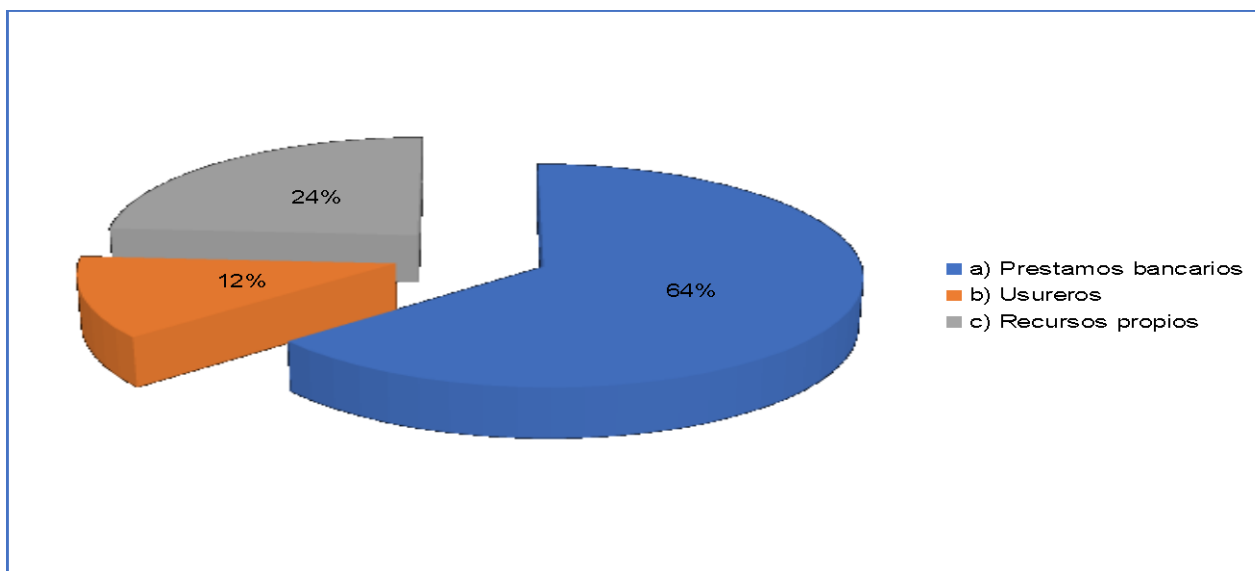
Se manifestó que en un 70% optan por hacer planes a corto plazo debido a que estos negocios utilizan estos planes como herramienta de gestión esencial para la estrategia de la empresa y como una técnica que suministra mayor seguridad para que los objetivos y metas sean alcanzados esto debido a que ellos manifiestan que al hacer más corta la planificación pueden determinar más fácilmente si logran los planes que se han propuesto alcanzar ya que casi siempre estos proyectos se hacen en menor a un año. Un porcentaje del 21% definió que hace su planificación a largo plazo estableciendo que los objetivos propuestos no son alcanzados en un periodo corto sino que necesitan más tiempo para alcanzarlos debido a que se estipulan todas las posibilidades y minimizar así los posibles riesgos ante la puesta en marcha de su proyecto organizando mejor su negocio. También hubo un porcentaje menor del 9% el cual definió que utiliza planes a corto y largo plazo dependiendo del proyecto que quiere realizar o de las metas que se propongan.

PREGUNTA 11

Objetivo: Conocer la fuente de financiamiento que poseen actualmente.

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

Opciones	Respuesta	Porcentaje ³
a) Préstamos bancarios	21	64.00%
b) Usureros	4	12.00%
c) Recursos propios	8	24.00%
Total	33	100%



Análisis

Un 64% de las de las empresas se encuentran financiadas con recursos provenientes de préstamos, ellos buscan el financiamiento de la banca para poner en marcha sus negocios, esto implica que dependen también de terceros para poder desarrollar las actividades del negocio a

la vez un 12% de los encuestados trabajan con personas ajenas a la banca conocidos como usureros, que en su mayoría son personas que utilizan esta vía por no ser sujetos a crédito y son los negocios más pequeños de la muestra ves solamente un 24%.de los encuestados utilizan recursos propios, que son negocios bien posicionados y se han consolidado a través de los años; se puede apreciar como este rubro utiliza los servicios financieros a su disposición, lo que implica que una educación en finanzas sería un pilar fundamental en la toma de decisiones.

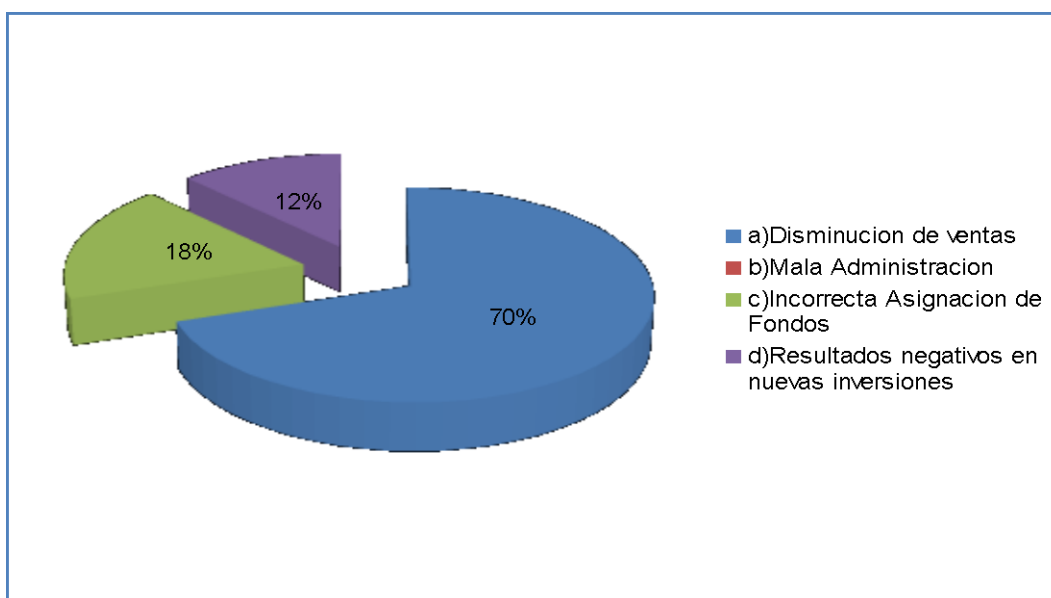
PREGUNTA 12

Objetivo: Saber si posee algún tipo de endeudamiento.

12. ¿Por qué razón la empresa se ha encontrado en dificultades financieras?

Opciones	Total de respuestas	Porcentaje
a) Disminución en ventas	23	70%
b) Mala administración	0	0%
c) Incorrecta asignación de fondos	6	18%
d) Resultados negativos en nuevas inversiones	4	12%
Total	33	100%

Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
a) Disminución de ventas	23	70.00%
b) Mala administración	0	0.00%
c) Incorrecta asignación de fondos	6	18.00%
d) Resultados negativos en nuevas inversiones	4	12.00%
Total	33	100%



Análisis

Un 70% de los encuestados manifestaron que las dificultades económicas se han hecho presentes como consecuencia de la disminución en sus ventas por diversas causas tanto externas como internas y la naturaleza fluctuante del negocio, siendo este factor el que más ha golpeado al rubro, un 18% manifiestan que aunque sus ventas no se han visto disminuidas sino al contrario se han mantenido en el rango de ventas en el mes, se han visto en dificultades

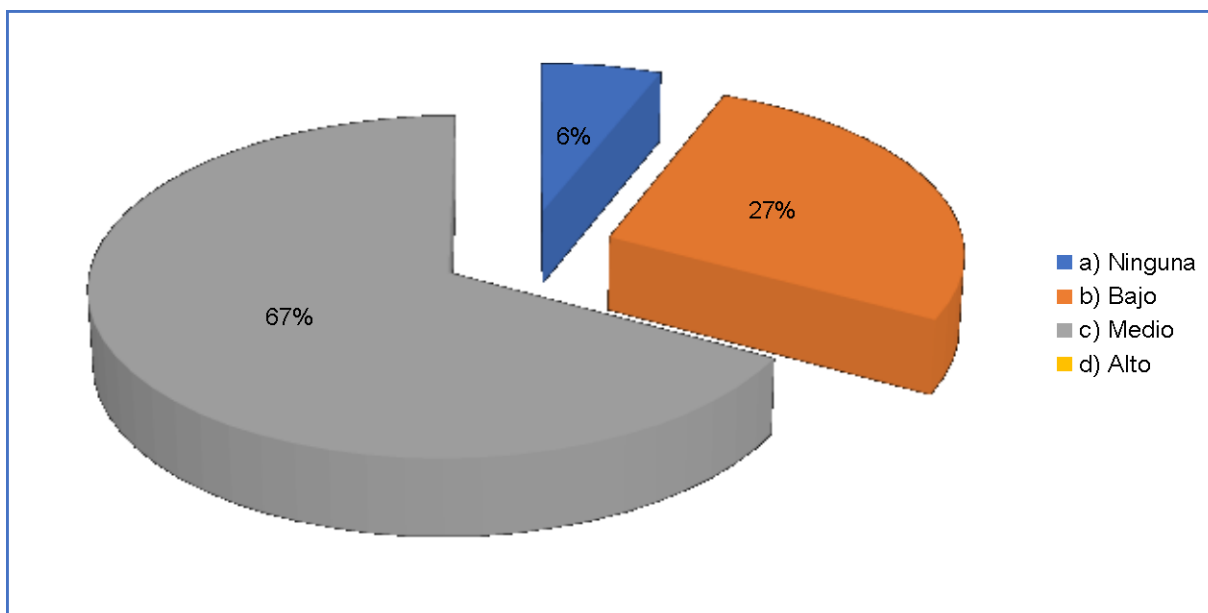
financieras por la incorrecta asignación de sus fondos lo que ha generado una situación de inestabilidad, y en un 12% ha sucedido otro fenómeno que a pesar que sus ventas no se han visto disminuidas y sus recursos han sido utilizados de forma adecuada han invertido parte de su dinero en negocios adicionales que no les han generado los resultados esperados lo que les ha provocado situaciones de dificultad financiera

PREGUNTA 13

Objetivo: Medir el nivel de solvencia que esta posee.

13. ¿En qué nivel de endeudamiento considera que se encuentra su empresa?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Ninguna	2	6%
b) Bajo	9	27%
c) Medio	22	67%
d) Alto	0	0%
Total	33	100%



Análisis

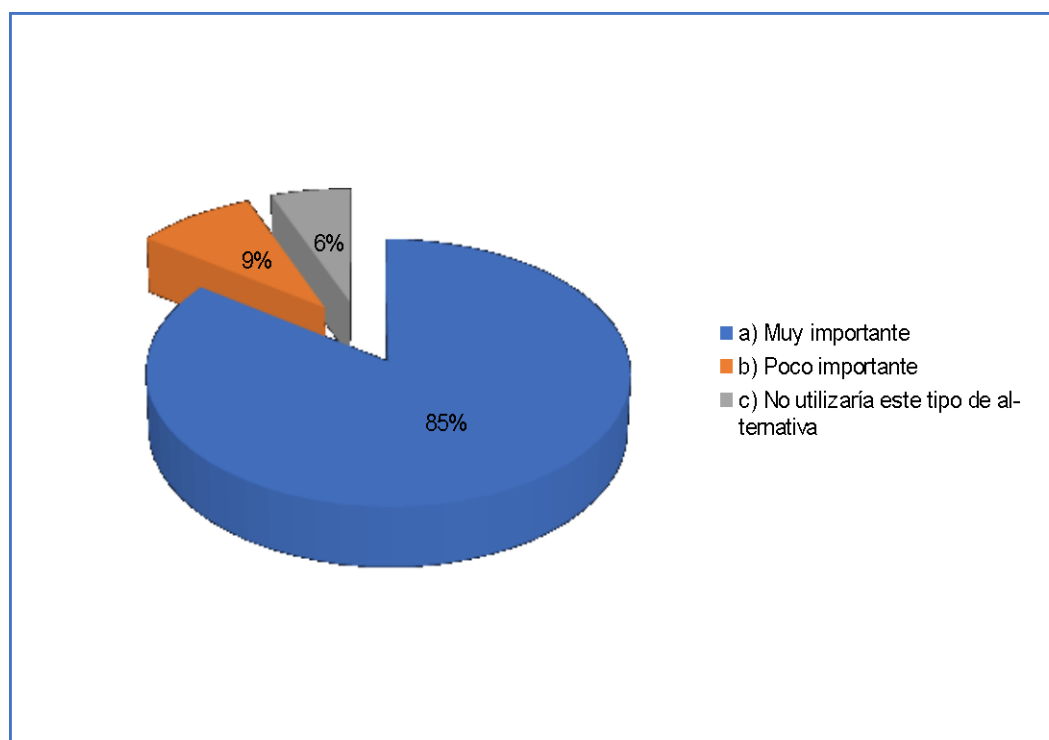
El 67% de los encuestados, que representa la mayoría en la medición manifestaron tener un nivel medio de endeudamiento lo que significa que es un indicador de las condiciones del sector que puede generar una insolvencia al seguir la tendencia y estos al cabo de unos años pasen a un nivel alto endeudamiento lo que generaría dificultades mayores hasta llegar al cierre de los negocios sino se tienen un plan bien estructurado de cómo reducir el nivel de endeudamiento, en cambio un 27% de los encuestados manifiestan tener un nivel bajo o que están saliendo de ese nivel lo cual es de beneficio para ellos ya que tienen mayor solvencia para hacerle frente a las obligaciones de pago y demás compromisos del negocio, y solamente un 6% de los encuestados tienen una solvencia financiera al tener un nivel nulo de endeudamiento y tener finanzas saludables.

PREGUNTA 14

Objetivo: Conocer si la empresa está en la disposición de desarrollar la alternativa de plan de educación financiera.

14. ¿Cómo consideraría implementar un plan de educación financiera?

Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
a) Muy importante	28	85%
b) Poco importante	3	9%
c) No utilizaría este tipo de alternativa	2	6%
Total	33	100%



Análisis

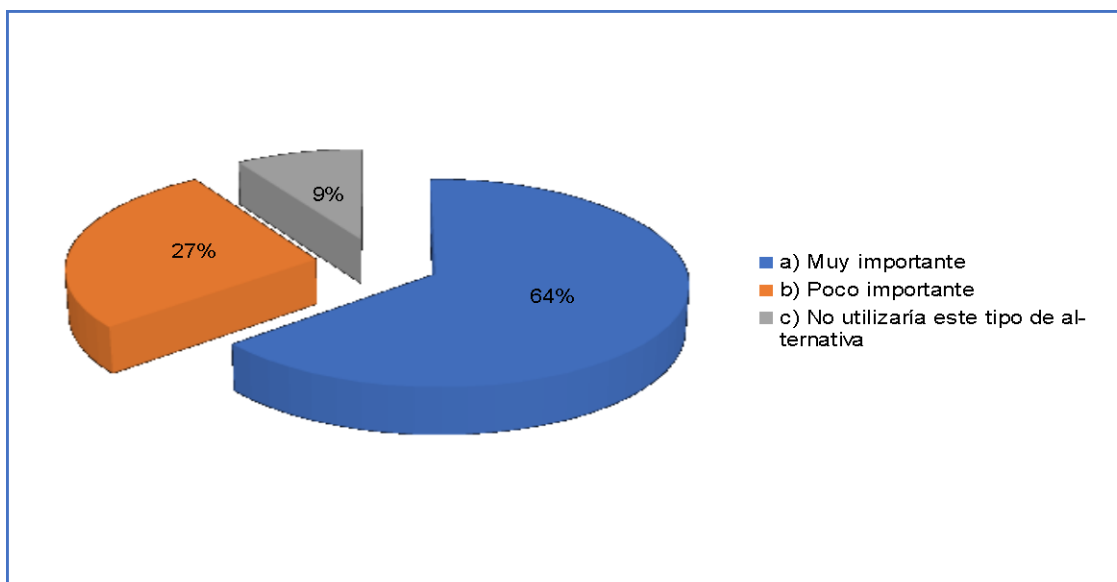
El 85% de los encuestados manifestaron que un plan de educación financiera lo considerarían muy importante de implementar en sus negocio y que las ventajas que representa en el corto plazo serian de ayuda para nuevos proyectos o proyectos en curso, contrario a un 9% que lo consideran poco importante debido a que no lo ven necesario ya que confían en sus habilidades para el negocio, y un 6.% que manifestaron no implementarían esta medida ya que su experiencia y conocimiento técnico en finanzas es alto por sus estudios realizados ya que algunos son Licenciados en Administración de Empresas o Ingenieros Industriales.

PREGUNTA 15

Objetivo: Conocer el efecto de la Ley MYPE.

15. ¿Cómo consideraría la implementación de la Ley MYPE?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Muy importante	21	64%
b) Poco importante	9	27%
c) Desconozco en que consiste	3	9%
Total	33	100%



Análisis

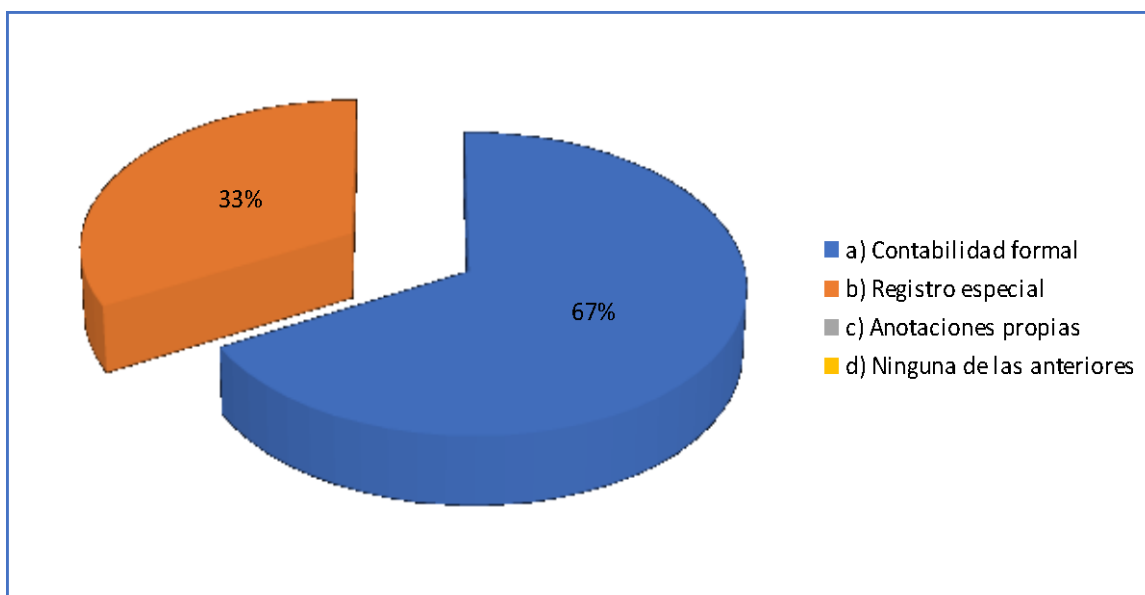
El 64% de los encuestados consideran que ha tenido mucha importancia la implementación de la Ley MYPE, que pese a que en su mayoría desconocen sus beneficios y fortalezas si tienen el conocimiento de que existe una ley que les ayuda en su desarrollo y saben que existen instituciones que les brindan orientación para diversos temas, sin embargo un 27% manifiestan que es de poca importancia ya que no se ven beneficiados de ninguna forma por esta ley y consideran han salido adelante con su propio esfuerzo y habilidad para el negocio que los caracteriza, y solamente un 9% manifiesta no haber ni siquiera escuchado de la existencia e implementación de esta ley que desde 2014 entró en vigencia.

PREGUNTA 16

Objetivo: Conocer la naturaleza de sus registros.

16. ¿Cómo consideraría que maneja sus registros?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Contabilidad formal	22	67%
b) Registro especial	11	33%
c) Anotaciones propias	0	0%
d) Ninguna de las anteriores	0	0%
Total	33	100%



Análisis

El 67% de los encuestados manifestaron que llevan contabilidad formal, sin embargo al indicar un poco acerca de sus procesos contables la mayoría de los que dieron esta respuesta se

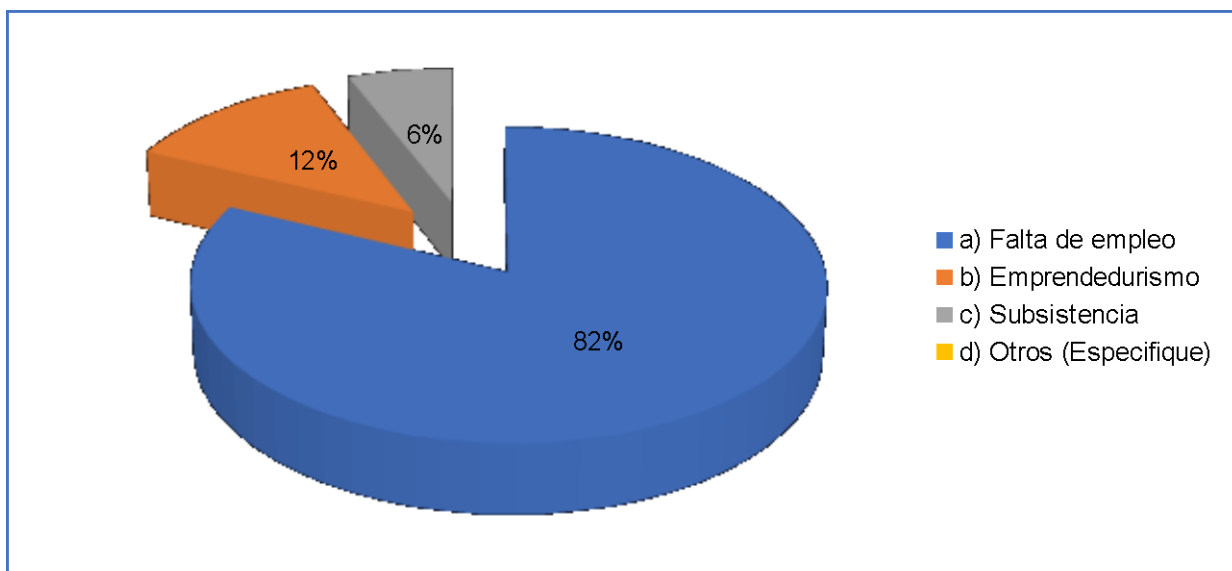
limitaban a responder que era un contador quien les recibía los documentos para declarar IVA y Pago a Cuenta y quien les asesoraba respecto de los tramites que debían realizar, por lo anterior se infiere que en algunos casos solo se les lleva el registro de IVA y Pago a cuenta, contrario en el 33% que manifestó llevar un registro de sus operaciones en forma automatizada y llevan contabilidad.

PREGUNTA 17

Objetivo: Conocer el origen del negocio.

17. ¿Cuáles fueron las principales causas que lo llevaron a emprender su negocio?

Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
a) Falta de empleo	27	82%
b) Emprendedurismo	4	12%
c) Subsistencia	2	6%
d) Otros (Especifique)	0	0%
Total	33	100%



Análisis

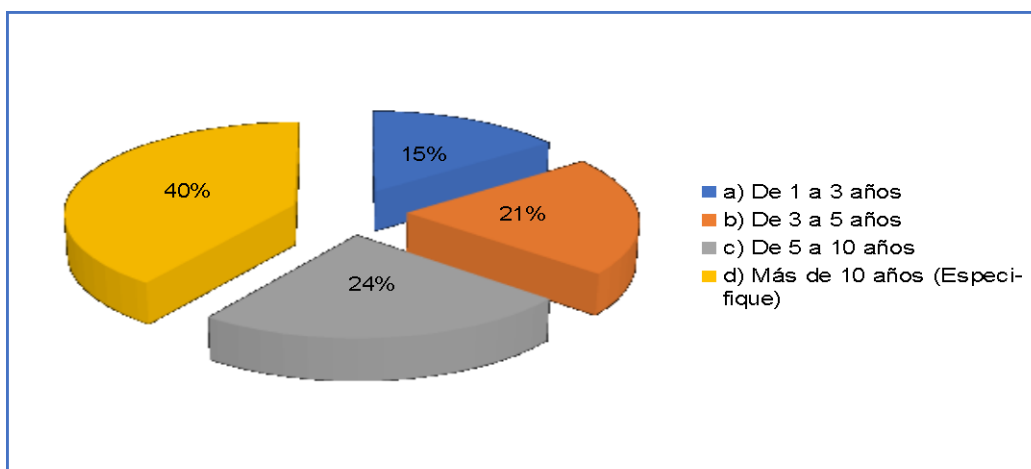
El 82% de los encuestados manifestó haber emprendido su negocio a causa del desempleo que se ha tenido en el país ya que no vieron otra forma de sacar adelante a su núcleo familiar y emigrar no era un opción para ellos y comenzaron sus negocios de forma muy pequeña y con escasos recursos, negocios que a través de los años y con arduo trabajo transformaron en negocios estables y que se han sostenido a lo largo del tiempo, a la vez el 12% manifestó haber emprendido sus negocios no por falta de empleo o de oportunidades ya que este grupo de personas cuentan con estudios universitarios, sin embargo decidieron emprender su propio negocio y no ser empleados en cada una de sus áreas, y de esa forma su respuesta fue su Emprendedurismo el que los impulso a formar su empresa, y solamente un 6% de los encuestados ve su negocio como subsistencia y que a pesar de que han trabajado durante años no han visto prosperar su empresa por “X” o “Y” motivos.

PREGUNTA 18

Objetivo: Conocer la sostenibilidad del negocio a través del tiempo.

18. ¿Cuántos años lleva en este el negocio?

Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
a) De 1 a 3 años	5	15%
b) De 3 a 5 años	7	21%
c) De 5 a 10 años	8	24%
d) Más de 10 años (Especifique)	13	40%
Total	33	100%



Análisis

El 24% y el 40% de los encuestados forman juntos más de la mitad 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

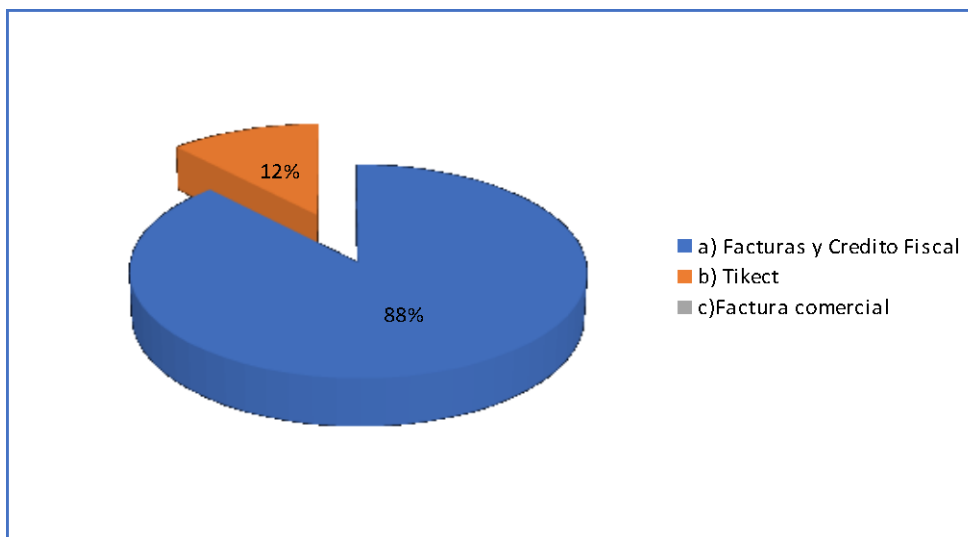
en la zona, el restante 15% y 21% a pesar de que son negocios relativamente nuevos en el medio no los exime de su importancia para el tema en cuestión.

PREGUNTA 19

Objetivo: Conocer el tipo de documento que emite el negocio.

19. ¿Qué tipo de comprobante entrega por sus ventas?

Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje
a) Facturas	4	12%
b) Comprobante de Crédito Fiscal	29	88%
c) Ticket de caja registradora	0	0%
d) Factura Comercial	0	0%
Total	33	100%



Análisis

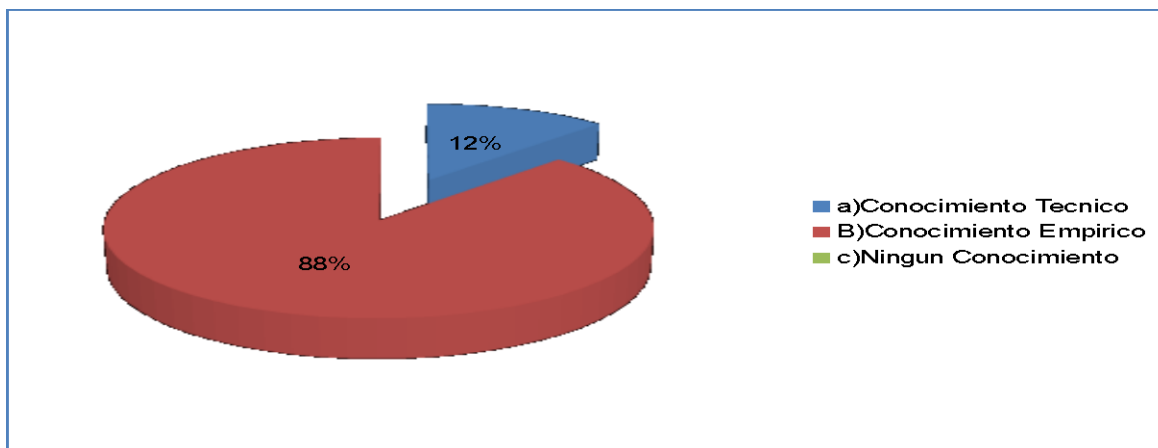
En la pregunta se dio a conocer a través del 88% que la mayoría de personas utilizan facturas y crédito fiscal debido a que estas quieren llevar un control más detallado de sus operaciones ya que a través de las facturas se pueden dar cuenta de las transacciones hechas en un día, mes o trimestre y con el crédito fiscal siendo este que esclarecen y comprueban sus gastos, además de ser contribuyentes, también hubo en un 12% quienes dijeron que usaban tiquete esto debido a que les facilitaba sus transacciones y no necesitaban otro documento pues el registro que llevan es informal no necesitan ni copia solo con una caja registradora que contenga datos de sus ventas al día para luego pasarlas a un cuaderno.

PREGUNTA 20

20. ¿Cómo clasificaría su conocimiento en finanzas?

Conocer los tipos de conocimientos que poseen en finanzas

Opciones	Respuestas	Porcentaje
a) Conocimiento Técnico	4	12%
b) Conocimiento Empírico	29	88%
c) Ningún conocimiento	0	0%
Total	33	100%



Análisis

Se pudo determinar en un 88% 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 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 aunque dicen han tenido muchos aciertos también en las decisiones que han tomado a lo largo de la existencia del negocio pues dicen que el conocimiento que poseen es diferente al de una persona que ha ido a prepararse en un ámbito específico pero que les ha ayudado mucho pero aceptan que si hubiesen tenido la oportunidad de poder formarse en una profesión que les ayudara con su negocio lo hubieran hecho otro porcentaje determino que si poseen conocimiento técnico esto debido y según sus palabras que son negocios heredados de padre a hijo pues sus padres como tal iniciaron el negocio dejándolos a ellos encargados a través de los años, expresando que pudieron terminar la universidad y tener una profesión gracias al esfuerzo de sus padres por lo cual ahora ese conocimiento les sirve en su manera de dirigir el negocio pues no tienen necesidad de pagar una persona para que les asesore o guíe y a través de este conocimiento consideran han podido tomar decisiones acertadas.

IV CAPITULO PROPUESTA O PROYECTO

4.1 Descripción de la propuesta o proyecto.

4.1.1 Introducción de la propuesta.

Las empresas constituyen un factor muy importante para el desarrollo de la economía, no solo porque contribuye a la recaudación fiscal también porque constituyen una fuente generadora de empleo, teniendo como característica su facilidad de adaptación. Es importante que para el funcionamiento de dichas empresas poseer bases sólidas. No hablando únicamente del sector económico sino también en los procesos de formación es decir que desde el momento que se constituye adquiere la obligación de cumplir con las exigencias normadas por la leyes ya que es en cierto sentido amplia, pero con una importancia relevante la cual hace que las empresas al aplicarlo correctamente puedan desarrollarse con mayor facilidad por lo cual en la actualidad es muy importante tener el conocimiento necesario para dirigir la empresa todo esto se puede lograr a través de un plan de educación financiera el cual sea impartido a través de una capacitación la cual ayude a tener una mejor cultura financiera dotándoles de herramientas, habilidades y conocimientos para adoptar decisiones financieras informadas y apropiadas, con este conocimiento conocer a profundidad riesgos financieros de esta manera tomar mejores decisiones adoptando acciones efectivas para mejorar el bienestar financieros a lo largo de su vida.

A continuación se presenta la descripción del plan de Educación Financiero, sus componentes, lineamientos estratégicos de actuación, segmentos de la población que se pretende cubrir, los canales para la difusión, así como los objetivos.

Paso 1.

Establecer un convenio de cooperación con una institución pública o privada.

La Municipalidad de Santa Ana por los diferentes lugares que tiene a disposición, además de las relaciones directas que tiene con los dueños de los negocios en cuestión, con el objetivo principal de apoyar al pueblo Santaneco.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa por su amplia experiencia en la gestión de apoyos a la micro y pequeña empresa

El Ministerio de Hacienda a través de sus unidades de educación fiscal, educación financiera y proyectos directos de formación de capital humano.

Paso 2

Integración del equipo de trabajo.

Habiendo obtenido un convenio con una institución que apoye el plan de capacitación se sugiere la intervención de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Contaduría Pública aptos para realizar su servicio social, como agentes capacitadores de las etapas a seguir dentro del proceso de educación financiera, con el propósito que dicha labor sea tomada en cuenta como su servicio social ya que por el nivel técnico que poseen son ideales para la labor, y en reunión con el jefe del departamento se somete este punto. Se formaran 2 grupos de 3 personas cada uno, un grupo estará a cargo de la logística de las sesiones y la calendarización de las actividades, el otro grupo estará a cargo de dar la conferencia y de elaborar el material didáctico necesario para cada sesión.

Paso 3

Convocatoria de los participantes.

En coordinación con la institución participante, se hará una convocatoria a través de los diferentes medios de divulgación locales, radio del mercado municipal, boletines informativos, promoción en los negocios y medios virtuales, Facebook, Instagram, etc. se da a conocer el proyecto en espacio, tiempo, lugar y duración.

Paso 4

Lineamientos estratégicos los cuales serán por reunión esto con el fin de establecer un plan que guíe a cada propietario:

4.1.2 Dar a conocer los temas a tratar en cada reunión:

Reunión 1y 2 -Conceptos financieros

- *Principales términos y utilidad
- * Clasificación de las finanzas
- * Seguridad y Libertad Financiera(Interpretar Solvencia Financiera)

Reunión 3, 4 y 5 - Sistema financiero

- *Importancia del Sistema Financiero
- *Funcionamiento del Sistema Financiero
- *Rol de las Instituciones que componen el sistema financiero

Reunión 6 y 7 Tipos de Financiamiento

- *Definiciones
- *Clasificación
- *Utilidad

*Parámetros para una selección adecuada de una fuente de financiamiento (socios, patrocinadores, inversionistas, buscar tasas bajas)

Reunión 8 Y 9 Emprendedurismo

- *Que es el Emprendedurismo
- *Tipos de emprendedores
- *Características del Emprendedurismo
- * Elementos a tomar en cuenta para emprender
- *Como saber qué tipo de financiamiento optar

Reunión 10 - Ley MYPE

- *Narrativa de cómo surge la ley
- *Que es la ley MYPE
- *Su implementación y logros

Reunión 11, 12 y 13 -Manejo de la Deuda

- *Tipos de deudas
- *Formas para salir del endeudamiento
- * Récord crediticio

Reunión 14,15 Y 16 -Control Interno

- *Que es un control
- *Medidas de control
- *¿Comoclasifican los activos de una empresa?
- *Resguardo de Activos

Reunión 17 18, Y 19 Marketing

- *Atención al cliente
- *Tipos de negociación

*Publicidad

*Técnicas de venta

*Técnicas de compras

Reunión 20,21,22 Conceptos fiscales básicos

*Los tributos

*Impuesto a la Transferencia de bienes muebles y prestación de servicios (IVA)

*Impuesto Sobre la Renta (ISR)

Reunión 23 (preguntas y Respuestas)

Reunión 24 Acto de cierre y entrega de diploma de participación

4.1.3 Reunión 1 y 2 -Conceptos financieros

Conceptos financieros:

Educación financiera:

Es la capacidad de entender cómo funciona el dinero en el mundo: como una persona lo obtiene (gana), lo administra, lo invierte.

Planificación financiera:

Es un proceso que consiste en la elaboración de un plan general, metódicamente organizado y detallado.

Presupuesto financiero:

Es la cantidad de dinero calculado para hacer frente a los gastos generales de la vida cotidiana, de un viaje u otros.

Sistema financiero:

El sistema financiero cumple el importante rol de canalizar los fondos de unidades económicas.

Situación financiera:

Hace referencia al efectivo que dispone en lo inmediato.

Mercado financiero:

Conjunto de instituciones dedicadas a la captación de fondos del público ahorrista para aplicarlos a operaciones de crédito, por ejemplo bancos

Perspectivas financieras:

Se trata de conocer las características básicas del mundo financiero. Cubre el conocimiento de los derechos y responsabilidades de los consumidores en el mercado financiero y las principales implicaciones de los contratos financieros.

Plazo fijo:

Es un producto bancario que permite depositar, por un tiempo determinado, una suma de dinero en una entidad financiera autorizada

Dinero:

Es el conjunto de billetes y monedas establecidas legalmente como medio de pago utilizado en una región.

Ingresos:

Cantidad de dinero que una persona recibe.

Préstamo hipotecario:

Es aquel producto mediante el cual una entidad financiera le entrega una determinada cantidad de dinero a una persona, la cual asume el compromiso de devolverlo en un plazo de tiempo determinado más los intereses correspondientes.

Ahorro:

Es apartar una suma de dinero del total de los ingresos de una persona para cumplir con objetivos futuros.

Ahorro formal:

Es el monto de dinero ahorrado que es canalizado hacia entidades financieras autorizadas a captar depósitos del público y sujetas a las regulaciones propias de cada país.

Ahorro informal:

Es el monto de dinero ahorrado por individuos que es mantenido fuera de entidades financieras autorizadas

Deuda:

Dinero que una empresa o una persona debe a otra persona, un proveedor o una entidad bancaria.

Horizonte de inversión:

Es el período de tiempo por el cual una persona planifica efectuar colocaciones de dinero en distintos tipos de activos con el objetivo de obtener una ganancia.

Límite de crédito:

Es el monto máximo que se puede gastar con una tarjeta de crédito, el cual es autorizado por la entidad emisora

Micro crédito:

Es un crédito de pequeña cuantía concedido a personas con negocio propio, de pequeña escala, y que será devuelto principalmente con el producto de las ventas de bienes y servicios del mismo

Clasificación de las finanzas

Se entiende por Finanzas el conjunto de actividades y decisiones administrativas que conducen a una empresa a la adquisición y financiamiento

Se clasifican en:

- Finanzas Privadas
- Finanzas Públicas

Finanzas privadas

Básicamente, este tipo de finanzas se trata de la optimización de las finanzas a nivel personal (la familia, los ahorros personales, entre otros). Están sometidas a un presupuesto. Por ejemplo, una persona puede financiar su vehículo en cualquier banco. La finanza privada es la planificación financiera a nivel individual. Se trata de la utilización de los recursos monetarios, personal y familiar, considerando los acontecimientos futuros y los riesgos asociados con estos.

Las finanzas privadas incluyen: cuentas de ahorro, riesgos laborales, planes de retiros, préstamos personales, inversiones en el mercado de valores, gestión de los impuestos, tarjetas de crédito

Finanzas públicas

Estas finanzas tratan de optimizar los objetivos económicos de un Estado (inversión, PIB, déficit, superávit, entre otras), mediante la estimación de las necesidades futuras y la asignación de fondos de acuerdo con la disponibilidad de fondos.

Las finanzas públicas constituyen una rama de la economía que ayuda a examinar las consecuencias de los diferentes tipos de inversiones, de los impuestos y de los gastos de los empleados de las empresas estatales o de los gobiernos. También analiza la eficacia de los procedimientos en el desarrollo técnico de la empresa. Las finanzas públicas se encargan de las provisiones necesarias a nivel de comercio. Una empresa necesita constantemente capital, sobre la base de las diferentes inversiones a:

Corto plazo: son aquellas que tienen un lapso de tiempo de meses o como máximo un año.

Largo plazo:

Las inversiones a largo plazo son colocaciones de dinero en las cuales una empresa u organización, decide mantenerlas por un periodo mayor a un año

Mediano plazo:

Son aquellas en donde no es necesario que pasen años para poder ver el retorno de la inversión, dado que quien invierte elige el tiempo en que ese capital va estar cautivo.

Algunas ramas de las finanzas públicas son:

Ingresos. Los ingresos son obtenidos por el gobierno a través de los impuestos (impuestos sobre la renta, derecho de importación, entre otros) y las fuentes no tributarias (multas y honorarios).

Gastos públicos. Estos son los diferentes tipos de gastos en que incurre el gobierno o empresa durante su correcto funcionamiento.

Deuda pública

Cuando el gasto público de un gobierno excede sus ingresos, el gobierno toma prestado para continuar con su correcto funcionamiento.

Presupuesto

El presupuesto es utilizado para determinar todos los gastos que tendrá un gobierno, mismo que se hace de forma anual.

Política fiscal

La política fiscal tiene que ver con el marco político del gobierno, después de tomar en consideración el gasto público, las vías de ingresos del gobierno, entre otras. Las finanzas juegan un papel fundamental en la organización de un gobierno y de una empresa. Sin una correcta organización, los gastos pueden elevarse de tal manera que la deuda pública crezca hasta convertirse en una deuda externa.

Seguridad y Libertad Financiera

Para hablar de seguridad y libertad financiera dos términos asociados los cuales se pueden interpretar de diferentes maneras ya que para tener seguridad financiera se debe de contar con Solvencia financiera es decir la capacidad de una empresa para cumplir todas sus obligaciones sin importar su plazo. En ocasiones es referida como liquidez, pero ésta es solo uno de los grados de solvencia. Se dice que una empresa cuenta con solvencia cuando está capacitada para liquidar los pasivos contraídos al vencimiento de los mismos y demuestra que podrá conservar dicha situación en el futuro

Grados de solvencia

- Solvencia final:

Diferencia existente entre el activo total y el pasivo exigible, se le llama final porque sería la empleada en el caso de una liquidación empresarial. A través de ella se mide si el valor de los bienes del activo respalda la totalidad de las deudas contraídas.

- Solvencia corriente (Liquidez):

. Consiste en la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente, evidencia la capacidad

de atender las deudas en el corto plazo sin interferencias al proceso productivo ni a la estructura financiera de la empresa.

Diferencia entre solvencia y liquidez:

Solvencia es: Contar con los bienes y recursos suficientes para respaldar los adeudos contraídos, aun cuando estos bienes sean diferentes al efectivo

Liquidez es: Tener el efectivo necesario, en el momento oportuno, que permita hacer el pago de los compromisos contraídos.

Cómo se mide la liquidez

Las tres medidas básicas de liquidez son:

Capital neto de trabajo

Aunque en realidad no es un índice, se utiliza comúnmente para medir la liquidez general de una empresa. Se calcula de la siguiente forma:

Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente

Razón de liquidez

Entre más elevado sea este coeficiente, mayor será la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Razón de liquidez = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Razón de prueba rápida

Se calcula restándose al activo circulante los inventarios y dividiendo el resultado obtenido

entre el pasivo a corto plazo.

Prueba de Ácido= $(\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo a corto plazo}$

En ocasiones se define como $(\text{efectivo} + \text{valores negociables} + \text{cuentas por cobrar}) / \text{pasivos a corto plazo}$.

Cómo se mide la solvencia

Se emplean diferentes ratio financieros para medir la solvencia de un ente económico, *Rubio* (propone las siguientes:

Solvencia total

Solvencia total= $\text{Activo neto real total} / \text{Deudos totales}$

En cuanto a las deudas a medio correspondiente al siguiente ratio: y largo plazo, es interesante establecer la relación

Firmeza

Firmeza= $\text{Activo neto real fijo} / \text{Pasivo Fijo}$

El activo neto real fijo comprende el material, inmaterial y financiero, estimado por su valor actual según balance. El pasivo fijo incluye las deudas a medio y largo plazo. Este ratio informa sobre la financiación del inmovilizado. Un índice elevado expresa que el activo fijo está financiado, principalmente, por capitales propios.

El término independencia financiera o libertad financiera está directamente relacionada con el bienestar económico de un individuo aunque no con su riqueza. La libertad financiera, se puede definir como la capacidad de un individuo de cubrir todas sus necesidades económicas sin que para ello tenga que realizar ningún tipo de actividad. Relacionado con la libertad

financiera se utiliza el término ingreso pasivo como aquella fuente de ingreso que no requiere de actividad para recibirla por parte del beneficiario.

Es importante recalcar que un individuo que posea la libertad financiera no tiene por qué tener un nivel elevado de ingresos pero sí un nivel elevado de tiempo libre. Es un término que hace referencia a la riqueza en tiempo y no a la riqueza en dinero

Como calcular la independencia financiera

Independencia financiera

La relación entre capitales propios y ajenos determina el grado de independencia financiera y se halla conforme al siguiente ratio:

Independencia financiera= Neto patrimonial / Deudas totales

Es evidente que cuanto más alto sea este ratio, más asegurada estará la estabilidad financiera de la empresa. Puede variar de 0,08 para los bancos a 0,6 para la gran industria. Constituye, a la vez, un índice de solvencia y un índice de rendimiento, ya que los recursos ajenos han de soportar el correspondiente gasto financiero por el concepto de interés.

4.1.4 Reunión 3, 4, y 5 - Sistema financiero

Importancia

La relevancia del Sistema Financiero se muestra, en primera instancia, en la concepción “clásica” que se tiene del mismo al considerarse como parte vital e integrante del Circuito Económico, que es aquel en el que interactúan diferentes agentes económicos privados y públicos que producen bienes y servicios en la economía, con aquellos que los consumen.

El Sistema Financiero está conformado por un conjunto de instituciones que tienen el objeto de canalizar el excedente (ahorros) que generan los diferentes agentes económicos, para

encauzarlos hacia las unidades que tienen déficit o demanda de recursos (para consumo e inversión), todo ello a través del mercado financiero.

Así, el sistema financiero es el mecanismo mediante el cual interactúan los generadores de la producción (circuito real) con los proveedores de financiamiento (usuarios del sistema financiero), a través de los productos y servicios que dispone el mercado financiero.

Como parte integrante del circuito económico, el Sistema Financiero aporta a la producción de un país a través de su misma generación de productos y servicios de intermediación; así como de los fondos que necesitan los agentes económicos para llevar a cabo sus proyectos productivos, implicando que el Sistema Financiero provee intermediarios eficientes entre el Ahorro y la Inversión de una economía así como flujos de recursos que dinamizan y desarrollan a los sectores productivos.

Por otra parte, a través de los mercados financieros se reducen los costos *de transacción*, que incluyen los de búsqueda y *de información*. Los primeros representan costos explícitos como el gasto por publicitar la intención de compra o venta de un activo financiero, y costos implícitos, como el valor del tiempo utilizado para encontrar una contraparte. Los *costos de información* son asociados con la apreciación de los méritos de invertir en un activo financiero, es decir, la cantidad y la probabilidad del flujo de efectivo que se espera sea generada. Los sistemas financieros aportan información sobre los distintos activos financieros, sus características y perfil de riesgo, reduciendo así, la incertidumbre. En un mercado eficiente los precios reflejan la información agregada y recolectada por los participantes del Mercado.

En adición, la importancia del sistema financiero también se puede ilustrar con las tres motivaciones de demanda de dinero – tenencia de activos o riqueza- de los agentes económicos, debido a que las entidades del sistema financiero pueden satisfacer de manera

eficiente dichas motivaciones a través de los diferentes productos y servicios que ofertan al Mercado. Las motivaciones de demanda de dinero son las siguientes:

- a) Motivo transacción: Cada sujeto necesita atender sus pagos, y por ello el público necesita mantener saldos de caja para la compra de bienes o servicios.
- b) Motivo Precaución: Los sujetos también necesitan demandar dinero para hacer frente a cualquier pago imprevisto como una contingencia personal –a nivel familiar-, u operativa – a nivel empresarial-.
- c) Motivo Especulación: Se basa en algunos productos que son generalmente transados en el mercado bursátil a través de la compra y venta de valores.

Por último, es destacable no sólo las funciones económicas y financieras que se han apuntado, sino también, por ser parte del circuito económico, su relevancia y conexión con la estabilidad y sanidad económica de un país: un Sistema Financiero estable, solvente y en desarrollo coadyuva a la estabilidad económica y financiera de un país.

Funcionamiento

El Art. 2, establece que Ley El Sistema de Supervisión y Regulación Financiera tiene por objeto preservar la estabilidad del sistema financiero y velar por la eficiencia y transparencia del mismo, así como velar por la seguridad y solidez de los integrantes del sistema financiero de acuerdo a lo que establece esta Ley, otras leyes aplicables, los reglamentos y las normas técnicas que al efecto se dicten, todo en concordancia con las mejores prácticas internacionales sobre la materia. El buen funcionamiento del Sistema de Supervisión y Regulación Financiera requiere por parte de los integrantes del sistema financiero y demás supervisados, el

cumplimiento de las regulaciones vigentes y la adopción de los más altos estándares de conducta en el desarrollo de sus negocios, actos y operaciones, de conformidad a lo establecido en esta Ley, en las demás leyes aplicables, en los reglamentos y en las normas técnicas que se dicten para tal efecto.

Superintendencia del Sistema Financiero (SSF)

Art. 3 de la Ley establece que La Superintendencia es responsable de supervisar la actividad individual y consolidada de los integrantes del sistema financiero y demás personas, operaciones o entidades que mandan las leyes. Para el ejercicio de tales atribuciones contará con independencia operativa, procesos transparentes y recursos adecuados para el desempeño de sus funciones.

Además de esto:

Cumplir y hacer cumplir, en el ámbito de su competencia, las leyes, reglamentos, normas técnicas y demás disposiciones aplicables a los supervisados. Asimismo, emitir y hacer cumplir las instrucciones necesarias para la aplicación de las leyes y normas que rigen a los mismos;

Autorizar la constitución, funcionamiento, inicio de operaciones, suspensión de operaciones, modificación, revocatoria de autorización, cierre y otros actos de los integrantes del sistema financiero, de conformidad a las disposiciones legales, reglamentarias o normativas técnicas establecidas al respecto. En el caso del cierre, coordinará las acciones que establezcan las leyes con otras instituciones involucradas;

Monitoreo preventivamente los riesgos de los integrantes del sistema financiero y la forma

éstos los gestionan, velando por el prudente mantenimiento de su solvencia y liquidez;

Propiciar el funcionamiento eficiente, transparente y ordenado del sistema financiero;

Vigilar que los integrantes del sistema financiero y supervisados realicen, según corresponda, sus negocios, actos y operaciones de acuerdo a las mejores prácticas financieras, para evitar el uso indebido de información privilegiada y la manipulación del mercado;

Cooperar con las instituciones responsables de la protección de los derechos del consumidor y de la competencia, así como con las instituciones encargadas de garantizar los depósitos del público y la prevención de delitos financieros, de conformidad a lo que prescriban las leyes

Acordar la intervención de algún integrante del sistema financiero en cuyas leyes aplicables estuviere contemplada tal medida, salvo en el caso de las entidades del mercado de valores para las cuales la intervención se regula en el artículo 75 de esta Ley;

Autorizar las inscripciones, los asientos registrales, las modificaciones y cancelaciones a los mismos, de las personas, instituciones y operaciones que estuvieren sujetos a dicho requisito, de conformidad con las leyes de la materia;

Requerir que las entidades e instituciones supervisadas sean gestionadas y controladas de acuerdo a las mejores prácticas internacionales referidas a la gestión de riesgos y de buen gobierno corporativo, según las normas técnicas que se emitan;

Requerir la colaboración de otras Instituciones del Estado para la realización de sus atribuciones; asimismo, atender dentro de su capacidad técnica y atribuciones legales, las peticiones que estas últimas le realicen en el marco de sus respectivas competencias, a efecto de apoyar el desarrollo de sus correspondientes labores; y

Ejercer las demás funciones que le corresponden de acuerdo a las leyes

La Superintendencia podrá aplicar y exigir el cumplimiento de medidas preventivas y correctivas. Asimismo, cuando hubiere lugar, impondrá las sanciones que legalmente correspondan a los supervisados que resultaren responsables en los actos, hechos u omisiones que dieran lugar a las mismas.

Para efectos de esta Ley, el término “supervisar” incluye: vigilar, fiscalizar, evaluar, inspeccionar y controlar; en tanto que dentro del término “operaciones”, se entenderán comprendidos todos aquellos patrimonios adscritos a un fin determinado, como es el caso de los Fondos de Titularización, Fondos de Pensiones y otros que señalen las leyes.

Facultades de la Superintendencia

La Superintendencia tendrá las facultades siguientes:

Emitir las resoluciones pertinentes para los supervisados, dentro de las facultades que le confieren las leyes;

Definir las políticas y criterios bajo los cuales se efectuará la supervisión;

Efectuar la supervisión individual y consolidada de los integrantes del sistema financiero, así como la supervisión de los demás sujetos regulados por esta Ley;

Autorizar la promoción pública, constitución, funcionamiento e inicio de operaciones, modificación de los pactos sociales y de los estatutos en su caso y fusión de los integrantes del sistema financiero de conformidad a lo dispuesto en las leyes especiales de la materia;

Autorizar a las instituciones o entidades constituidas con arreglo a leyes extranjeras que se

propongan operar como bancos o sociedades de seguros, para establecer sucursales y, tratándose de bancos, para establecer oficinas o para servir como centros de información de sus clientes, o bien colocar fondos en el país en créditos o inversiones, sin realizar operaciones pasivas y autorizar el cierre de las mismas;

Conocer las políticas internas de los integrantes del sistema financiero, en materia de gestión de riesgos, códigos de conducta y otro tipo de requisitos que les son exigidos, en particular, los referidos en los literales c) y d) del artículo 35 de esta Ley, pudiendo solicitar explicaciones y ampliaciones cuando lo considere pertinente, en atención a las mejores prácticas internacionales;

Requerir a los supervisados, mediante resolución fundada y razonada, la aplicación de medidas preventivas y correctivas, consideradas en esta Ley o en las leyes específicas que les rigen, o una combinación de estas medidas, según el caso de que se trate;

Autorizar la suspensión de operaciones, revocatoria de autorización para operar y el cierre de los integrantes del sistema financiero, cuando legalmente corresponda. En este último caso, coordinará las acciones que establecen las leyes con otras instituciones involucradas;

Imponer las sanciones correspondientes de conformidad a las leyes;

Informar a la Fiscalía General de la República de cualquier hecho que presuntamente sea constitutivo de delito, sobre el cual tenga conocimiento en el ejercicio de sus funciones;

Vigilar la liquidación de los integrantes del sistema financiero de conformidad a lo que las leyes específicas determinen;

Supervisar las operaciones bancarias del Banco Central de Reserva de El Salvador realizadas

en el sistema financiero, así como también, la administración de las reservas de liquidez y sus propias reservas; además auditará los procesos de administración y custodia de especies monetarias que realiza el Banco Central; y, certificará los Estados Financieros cuando se estime que razonablemente representen la situación financiera del Banco Central;

Ordenar la suspensión de operaciones a personas naturales o jurídicas que sin la autorización correspondiente, realicen actividades propias de los integrantes del sistema financiero o que requieran una autorización específica para ser efectuadas;

Cooperar, coordinar e intercambiar información con otros organismos de supervisión que cumplan funciones de similar naturaleza en otras jurisdicciones, con el objeto de facilitar el cumplimiento de las funciones encomendadas de acuerdo a las leyes y reglamentos aplicables, pudiendo al efecto celebrar convenios de cooperación e intercambio de información con dichos organismos;

Publicar información sobre los integrantes del sistema financiero y de los diferentes mercados financieros;

Ejercer todas las demás actividades de supervisión y otras facultades que le corresponden a la Superintendencia, de conformidad a las leyes específicas aplicables a los supervisados, en lo que no contradigan a la presente Ley; y

Establecer las tarifas de los registros que lleve la Superintendencia

Mercado de Valores

Con respecto al Mercado de Valores, adicionalmente a lo indicado en los artículos anteriores,

le compete a la Superintendencia:

Autorizar, suspender o cancelar la oferta pública de valores y el funcionamiento de personas u operaciones que se realicen en el mercado bursátil, de conformidad a lo establecido en las disposiciones aplicables

Autorizar, modificar, suspender o cancelar el asiento en el Registro Público Bursátil de valores de oferta pública, emisores, casas de corredores de bolsa, agentes corredores de bolsa, bolsas de valores, auditores externos, sociedades clasificadoras de riesgo, sociedades especializadas en el depósito y custodia de valores, titularizadoras, agentes especializados en valuación de valores, administradores de las entidades sujetas a registro y otros que señalen las leyes.

Ordenar la suspensión de cotizaciones de valores cuando en el mercado existan condiciones desordenadas o se efectúen operaciones no conformes a sanos usos o prácticas;

Ordenar la suspensión de la propaganda o la información publicitaria de las personas jurídicas que realicen oferta pública de valores y de las personas que realicen intermediación de éstos, cuando contengan características diferentes a la emisión de valores asentada por la Superintendencia, o cuando se compruebe que, de acuerdo con la ley, la propaganda o información publicitaria es engañosa o que contiene datos que no son verídicos, sin perjuicio de aplicar las sanciones correspondientes;

Promover una autorregulación efectiva en el mercado de valores dentro del marco legal vigente. Supervisar las ofertas públicas de adquisición de valores inscritos en el Registro Público Bursátil y requerir a los oferentes la revelación de información que considere necesaria para que se practiquen con la debida información y transparencia, a efecto de velar

por los intereses del público inversionista; y promover una autorregulación efectiva en el mercado de valores dentro del marco legal vigente.

Sistema de Ahorro para Pensiones y Sistema de Pensiones Públicas y otros sistemas provisionales, adicionalmente a lo ya indicado, le compete a la Superintendencia:

a) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones aplicables y el funcionamiento del Sistema de Ahorro para Pensiones y del Sistema de Pensiones Público, particularmente del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, en adelante denominado “ISSS”, del Instituto Nacional de Pensiones de los Empleados Públicos, en adelante referido como “INPEP”, de las instituciones administradoras de fondos de pensiones; asimismo supervisará al Instituto de Previsión Social de la Fuerza Armada, en adelante denominado “IPSFA” y el régimen de riesgos profesionales del ISSS ;

Supervisar las inversiones efectuadas con los recursos de los fondos de pensiones y la estructura de la cartera de inversiones;

Acceder en tiempo real a la información de las Instituciones administradoras de fondos de pensiones, referente a las operaciones efectuadas con recursos del fondo de pensiones;

Designar y remover a los miembros de la Comisión Calificadora de Invalidez, regulada en la Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones;

Supervisar la constitución, mantenimiento, operación y aplicación de las garantías de rentabilidad mínima, reserva de fluctuación de rentabilidad, aporte especial de garantía, capital y patrimonio establecido en la ley correspondiente para las Instituciones Administradoras de Fondos de Pensiones;

Establecer, de conformidad con la ley, las cláusulas de los contratos de afiliación y de traspaso entre las instituciones administradoras de fondos de pensiones y sus afiliados y determinar los requisitos mínimos de los contratos de seguros relacionados al Sistema de Ahorro para Pensiones, así como los mecanismos de licitación para contratarlos, supervisando su operación y cumplimiento;

Efectuar estudios técnicos que favorezcan el desarrollo y el fortalecimiento del Sistema de Ahorro para Pensiones.

Supervisar el proceso de otorgamiento de las prestaciones establecidas en la Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones, en las leyes del ISSS, del INPEP, del IPSFA y en sus reglamentos;

Supervisar los procesos de estimación y gestión de los títulos previsionales;

Supervisar los procesos de gestión de recursos financieros por parte de las instituciones correspondientes del Sistema de Pensiones Público, definido así en la Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones, ante la institución o entidad legalmente responsable;

Supervisar la adquisición y enajenación de aquellos bienes muebles e inmuebles del ISSS y del INPEP en lo relativo al Sistema de Pensiones Público así como los del IPSFA ; y

Coordinar y supervisar los mecanismos de tratamiento a la cartera de préstamos personales hipotecarios del INPEP, de acuerdo a lo establecido en la Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.

Rol de las Instituciones que componen el sistema financiero

1. Banco Central de Reserva de El Salvador

Su objetivo es velar por la estabilidad macro económica y la del sistema financiero.

La baja inflación promueve el ahorro, incrementa la productividad y propicia menores tasas de interés, incentivando la inversión y creando el círculo virtuoso: estabilidad macro económica - mejores oportunidades

Vela por la estabilidad del sistema financiero, promoviendo el establecimiento de medidas prudenciales y regulaciones que aseguren su solvencia financiera y que permitan ofrecer servicios financieros eficientes. Esto reduce los costos operativos, fomenta el ahorro y facilita el crédito, lográndose el desarrollo financiero y contribuyendo al crecimiento económico.

2. Superintendencia del Sistema Financiero

Su finalidad principal es vigilar el cumplimiento de las disposiciones aplicables al Banco Central, bancos, sociedades de seguro, intermediarios financieros no bancarios, sociedades de garantía recíprocas, casas de cambio e Instituciones Públicas de Crédito; correspondiéndole además, su fiscalización.

3. Superintendencia de Valores

Su función principal es vigilar el cumplimiento de las disposiciones aplicables a las bolsas de valores, las casas de corredores de bolsa, los almacenes generales de depósito, sociedades especializadas en el depósito y custodia de valores, sociedades clasificadoras de riesgo, etc. correspondiéndole, además, su fiscalización. También vigila a los emisores y auditores externos asentados en el Registro Público Bursátil.

4. Superintendencia de Pensiones

Su finalidad principal es vigilar el cumplimiento de las disposiciones aplicables al Sistema de Ahorro para Pensiones y al Sistema de Pensiones Público, y especialmente a las instituciones administradoras de fondos de pensiones, al Instituto Nacional de Pensiones de Empleados Públicos -INPEP- y al Programa de Invalidez, Vejez y Muerte del Instituto Salvadoreño del Seguro Social, correspondiéndole además, su fiscalización.

5. Instituto de Garantía de Depósitos

En caso de disolución y liquidación forzosa de un banco miembro, garantiza los depósitos del público hasta por US\$9,000 dólares [1]. Asimismo, contribuye a la re estructuración de bancos miembros con problemas de solvencia, en defensa de los derechos de los depositantes y del propio Instituto. De acuerdo al Art. 181 de la Ley de Bancos, corresponde a la SSF la fiscalización de este Instituto. Reunión

4.1.5 Reunión 6 y 7- Tipos de Financiamiento

Definiciones:

En el ámbito económico, el término financiamiento sirve para referirse a un conjunto de medios monetarios o de crédito, destinados por lo general para la apertura de un negocio o para el cumplimiento de algún proyecto, ya sea a nivel personal u organizacional. Es importante acotar que la manera más común de obtener financiamiento es a través de un préstamo.

Hoy en día el financiamiento no solo es utilizado por personas naturales o empresas, sino que también los entes gubernamentales tanto nacionales, como regionales y municipales proceden a adoptar esta alternativa a fin de poder materializar cualquier proyecto de carácter público, como lo es la construcción de vías, construcción de centros hospitalarios, entre otros. Cabe destacar que el financiamiento también puede ser requerido para paliar algún déficit económico que impide el pago de ciertas obligaciones contraídas.

Tipos de financiamiento

Hoy en día existen diferentes tipos de financiamiento, y para poder distinguirlos enumeraremos los siete tipos más reconocidos y usados:

Financiamiento a corto plazo

El financiamiento a corto plazo es un préstamo de recursos o de dinero que se le otorga a una empresa durante un periodo de tiempo obviamente corto, éste puede ser un par de meses, e incluso semanas, y las ventajas principales de este tipo de financiamiento es que incluye bajos costes de devolución de dinero.

Financiamiento a largo plazo

El financiamiento a largo plazo es un tipo de financiamiento que se encuentra por encima de los cinco años y se culmina de acuerdo al contrato o convenio que se realice, es importante recalcar que debe existir una garantía que permita realizar el trámite del préstamo.

Financiamiento a mediano plazo o plazo intermedio

Un financiamiento a plazo intermedio se utiliza para cumplir con los plazos de nómina, adquirir equipos y ampliar y adquirir negocios, como comprar tierras u otros negocio, financiar un proyecto o una expansión especial del negocio que aumentará la producción y los ingresos

Financiamiento externo

Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolso exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como:

- Préstamos bancarios
- Factoraje financiero

Financiamiento gratuito

Es un financiamiento que a diferencia de las otras formas, al contratarse, no se adquiere ningún tipo de costo. Esto quiere decir que sólo se adquiere la deuda de capital y no se generará ningún tipo de interés o comisión por operación realizada.

Financiamiento interno

Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.

Financiamiento oneroso

Es aquel financiamiento que si tiene costo, es decir, se pagan los intereses

Es así, que podemos resolver los problemas más básicos que se nos presentan, como pagar nuestros estudios, invertir en nuestros negocios ya sean particulares o públicos, o incluso resolver inconvenientes o tragedias.

Para que sea más fácil distinguir lo que son los financiamientos, podemos enumerar o mencionar algunos tipos de financiamiento de los que por lo general tenemos conocimiento:

- Arrendamiento financiero

- Aumento de capital social
- Auto financiamiento
- Crédito hipotecario industrial
- Crédito natural
- Créditos de exportación
- Créditos de habilitación
- Créditos de proveedores comerciales
- Créditos Hipotecarios
- Descuentos por documentos mercantiles
- Emisión de obligaciones
- Fianza
- Préstamo directo
- Préstamos con garantía
- Préstamos prendarios

Esto deja claro, que existen diversas posibilidades para que podamos resolver problemas, realizar inversiones y crear empresas, pero conviene aclarar que muchas de estas inversiones tienen riesgos inminentes y corren con intereses, que como corresponde son estos intereses los que garantizan un beneficio para quienes prestan el servicio de financiamiento.

Utilidad

Financiamiento es el combustible sobre el cual marcha el negocio. Una empresa puede tomar diferentes avenidas para conseguir financiamiento, y puede ser usada más de una opción. El financiamiento escogido dependerá del deseo de la empresa de estar endeudada, cuán

solventes son los dueños el negocio en el momento en que el negocio fue fundado y la cantidad de dinero que un negocio necesitará para lanzar y mantenerse por sí mismo a través de una variedad de eventos.

El financiamiento es una alternativa de decisión en que las empresas recurren en ocasiones para aplicarlos en inversiones como una estrategia financiera, por tal motivo la alternativa de financiamiento debe ser analizada desde su origen.

Existen dos fuentes de financiamiento; externas y por el otro lado las internas, las internas son aquellas que se generan dentro de la empresa como resultado de sus operaciones entre estas están las utilidades re invertidas, aportaciones de los socios, venta de activos, depreciaciones y amortizaciones etc. Y las externas son aquellas que son otorgadas por terceras personas como los proveedores, anticipo a clientes, bancos, acreedores diversos etc.

Las fuentes externas también son conocidas como “Apalancamiento Financiero”, tiene muchas ventajas cuando se adquiere y se utiliza como una estrategia financiera ya que cuando una empresa recurre a un financiamiento pueden suceder dos situaciones , la primera que la empresa al adquirir un financiamiento incrementa sus utilidades que sería el mejor resultado que toda organización desea alcanzar y la segunda que si la empresa recurre a mayor apalancamiento corre el riesgo de colocar su empresa en manos de terceras personas.

Por tal motivo la empresa debe analizar detalladamente las ventajas y desventajas de un financiamiento externo así como para que se utilizara el recurso que se requiere, los beneficios que le otorgara a la empresa. De tal manera que el financiamiento debe ser elegido de acuerdo a las necesidades específicas de la empresa y la carga financiera que le implicara adquirirlo.

Por lo anterior es importante que toda empresa antes de recurrir a un financiamiento externo considere dos cosas:

Analizar su capacidad de pago, ¿qué quiere decir esto? analizar su capacidad para pagar el recurso que solicito y el interés del préstamo.

Análisis de los Riesgos, los riesgos que implica solicitar un préstamo.

Por lo tanto no debemos olvidar los tres elementos más importantes de un crédito.

- Tasa de interés
- Plazo acordado
- Monto solicitado

Así que es importante conocer toda la gama de alternativas de financiamiento para tomar la mejor decisión. Lo ideal es alcanzar aun de ser financiados utilidades, caso contrario. No permitamos colocar nuestra empresa en manos de terceros si existe la alternativa de análisis y planeación de que fuente de financiamiento es la mejor opción para elegir.

Parámetros para la elección de la fuente de financiamiento

Los parámetros a tomar en cuenta para la evaluación de una fuente de financiamiento son:

1. Plazo del préstamo
2. Tasa de interés que cobra
3. Utilidades proyectadas para el negocio antes y después del pago de intereses y antes de impuestos
4. Tipo de garantía necesaria

Ejemplo:

Tipo de financiamiento	Plazo	Tasa de interés	Tipo de garantía requerida
Préstamo quirografario	4 años	39.8%	Ninguna
Crédito simple	3 años	37.5%	Un aval
Crédito en cuenta corriente	2 años	35.2%	Un aval
Crédito de habilitación	4 año	37.6%	El bien comprado
Crédito Refaccionario	4 años	34.3%	El bien comprado
Hipoteca Simple	5 años	32.1%	El edificio
Hipoteca sobre unidad	3 años	37.9%	La empresa
Arrendamiento financiero	3 años	Pagos mensuales de \$3,659.00	El bien comprado

4.1.6 Reunión 8 Y 9 Emprendedurismo

¿Qué es el Emprendedurismo?

El término emprendimiento lo incorpora la Real Academia de la Lengua hasta el 2013, que en su edición vigésimo tercera lo define en su diccionario como la acción y efecto de emprender cuya descripción se refiere a la acción de acometer o comenzar una obra o un negocio especialmente si entraña peligro o dificultad.

El Emprendedurismo es la actitud que toma una persona ante cualquier reto o problema, ya sea falta de recursos económicos, falta de tecnología en una empresa, etc. El tener la añoranza o necesidad de crecer competitivamente, con querer despegar y no ser ordinario son características del emprendedor.

Origen hay Dos versiones: Una que desde el siglo 16 se comenzó a llamar emprendedor a toda persona que, como Cristóbal Colón, se lanzaba a la aventura de viajar al nuevo mundo, sin ninguna certeza de lo que su viaje le deparaba, e incluso sin saber si lograría volver.

Actualmente. Versión histórica nos dice que el término emprendedor fue acuñado en la primera parte del siglo dieciocho, por el economista irlandés-francés Richard Cantillon, quien definió el término como “un agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto”. Posteriormente, el economista francés J.B. Sayañadió a la definición de Cantillon que el emprendedor era también un líder que atraía a otras personas, con el objetivo de constituir organizaciones productivas.

Evolución del Emprendedurismo: En la actualidad el Emprendedurismo se ha hecho una característica casi vital en la sociedad. El Emprendedurismo siempre ha existido, desde crear algo para venderlo, hasta crear una plataforma para una empresa y llevar todas las actividades en esta

Tipos de Emprendedores

Hay diferentes tipos de emprendedores depende de la personalidad de cada persona en ocasiones una persona puede tener rasgos de diferentes tipos para la cual se necesita conocer cada uno de ellos:

Visionario

El emprendedor visionario se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y su negocio en sectores o productos que serán la clave en un futuro.

Inversionista

El emprendedor inversionista busca rentabilizar su dinero con proyectos novedosos. Tienen el papel de un socio capitalista, cuyo riesgo e implicación suele ser de asesoramiento y de aportar capital.

Especialista

El emprendedor especialista suele tener un perfil más técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector donde se centra.

Persuasivo

El emprendedor persuasivo es la punta de la lanza de un proyecto. Quien arrastra y convence. Es una figura que suele liderar más que desarrollar el producto o servicio. Se encarga de mantener la convicción en su equipo.

Intuitivo

El emprendedor intuitivo sabe dónde está el negocio. Y lo sabe porque es un empresario nato. Y emprender es parte de su pasión que son los negocios.

Emprendedor - empresario

Este emprendedor ya sabe del mundo de la empresa. Nada le es nuevo. El empresario emprendedor asume el riesgo de emprender pero a diferencia del intuitivo o el visionario, le

gusta consolidar los proyectos, más que emprender. Y es que hay diferencias entre el emprendedor y el empresario.

Emprendedor – oportunista

Este emprendedor ve la ocasión y se lanza. Sabe detectar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir. Conoce el mercado, sus claves y las explota.

Emprendedor-vocacional

Emprender por emprender. Todos los perfiles de emprendedores tienen algo de este. Estos emprendedores seguramente cuando consiga posicionar su producto, marca o servicio, se vaya en busca de nuevas aventuras.

Características del Emprendedurismo

Existen características o cualidades esenciales que, si saben dominarlos, guían a los emprendedores por el camino del éxito.

Pese a que cada persona es única e incomparable, existen algunos factores comunes entre quienes logran alcanzar el éxito. No importa si no compartes todas estas características; muchas se pueden adquirir con la práctica y una actitud positiva.

Los empresarios exitosos tienen muchos rasgos en común con los demás: son confiados y optimistas; disciplinados y comienzan por sí mismos. Están abiertos a nuevas ideas que se cruzan en su camino.

La siguiente es una lista conformada por 10 de las principales cualidades que se suelen encontrar en los emprendedores exitosos:

- Invertir en sí mismo

Los emprendedores más exitosos compran y leen libros, revistas, periódicos, sitios Web y publicaciones de su industria, sabiendo que estos recursos mejorarán su entendimiento del negocio. También hacen networking (usan redes) con empresarios exitosos, asisten a seminarios y toman cursos. Hacen esto porque saben que el aprendizaje es continuo y nunca dejan de invertir para crecer.

- Organización

La clave para mantenerte organizado no está en qué tipo de archivos tengas o qué tan limpio esté tu escritorio, sino en cómo administras tu negocio. Es establecer una rutina mediante la cual puedas conseguir lo mayor posible durante la jornada laboral. De hecho, debes desarrollar sistemas y rutinas para todas tus tareas. Pequeñas cosas como tener una agenda actualizada o una lista de pendientes pueden ayudarte.

- Honestidad

Ser honesto con tus clientes, con tus proveedores, con tus empleados, pero sobre todo ser honesto contigo mismo, es la cualidad más importante. No establezcas metas y plazos que no son puedas alcanzar. La mejor manera de acercar gente a tu negocio es decidir lo que tu empresa puede hacer por ellos y luego hacerlo.

- Pasión

Es el rasgo más importante de un empresario exitoso. Ellos realmente aman su trabajo. Están dispuestos a hacer cualquier cantidad de horas extras con tal de que el negocio tenga éxito, porque hay un disfrute en su negocio que va más allá del dinero. Ya sea que les apasione las tareas o actividades que realizan diariamente, el área o campo en el que trabajan, o simplemente el hecho de emprender o crear negocios, una cualidad común en los emprendedores exitosos es la pasión con que hacen las cosas.

- Tolerancia a la incertidumbre

Asume riesgos, tolera la incertidumbre y contempla la posibilidad de fracasar. Ellos saben que toda oportunidad de negocio conlleva un riesgo por más análisis o planificación que se haga, por lo que ante una oportunidad tratan de minimizar todo el riesgo posible, y luego actúan pesar del riesgo que aún pueda existir.

- Visión

Otra cualidad que se suele encontrar en los emprendedores exitosos es la visión para los negocios. Ellos tienen la habilidad para detectar oportunidades de negocios que otros no pueden ver, y la capacidad para diferenciar las verdaderas oportunidades de las simples posibilidades de negocios. Para emprender es necesario tener esa habilidad de descubrir una oportunidad donde nadie lo ha hecho.

- Confianza en sí mismo

Habiendo emprendido, es muy importante que tengas la seguridad de que tú producto o servicio es necesario para el mundo, lo que te ayudará a resistir a las burlas de los detractores, que nunca faltan. Ellos están totalmente convencidos de que alcanzarán el éxito sin importar

los problemas o dificultades que puedan surgir en el camino, pues confían en su capacidad para sortearlos y salir adelante.

- Liderazgo

Tienen la habilidad para identificar y convocar a las personas indicadas, para inspirarlas y hacer que lo sigan con entusiasmo, y para dirigir las y motivarlas hacia el cumplimiento de los objetivos.

- Adaptación a los cambios

Estar siempre atentos a lo que sucede en el mercado y, en cuanto detectan o prevén un cambio que podría significar una amenaza o una oportunidad, tienen la suficiente flexibilidad como para aprovecharlo o hacerle frente.

- Perseverancia

Es demasiado habitual ver personas con muchas ilusiones y proyectos al comienzo, pero que poco a poco los van abandonando y dejando a medias. Los emprendedores exitosos tienen la suficiente perseverancia como para sortear todo obstáculo o imprevisto que pueda aparecer en el camino, seguir adelante pase lo que pase, y no rendirse hasta haber agotado todas las posibilidades

Elementos a tomar en cuenta para emprender

Antes de iniciar cualquier actividad comercial es imprescindible identificar y analizar los factores que van a influir en el éxito de nuestra idea de negocio. Por eso, antes que cualquier trámite de formalización, lo recomendable es elaborar un “Plan de Negocios”. En términos generales, el Plan de Negocios es un documento guía para organizar nuestras ideas y lograr

visión de conjunto, trabajando sobre cuatro elementos clave que nos permitirán construir la base para sacar adelante un proyecto empresarial.

Estos elementos son:

¿Qué?

Donde describiremos en qué consiste la oferta que comercializaremos, si se trata de un producto o un servicio, cuáles son sus atributos y principales características, y cómo esta oferta responde a una demanda que hemos identificado.

¿Quién?

Donde describiremos quiénes serán los principales clientes y consumidores de nuestra oferta. Es importante identificar características que nos permitan definir qué instrumentos utilizaremos para comunicar, vender y distribuir nuestra oferta.

¿Cómo?

Se trata de hacer ciertas definiciones estratégicas, donde describiremos los pasos, recursos, herramientas y actividades necesarias para poder desarrollar nuestra oferta y las actividades de comunicación y venta de la misma hacia los clientes y consumidores. Cuáles serán las formas de comercializar nuestra oferta, si será por la vía de venta directa, o por medio de distribuidores, si será en base a arriendos o concesiones, etc.

¿Cuánto?

Donde identificaremos todos los costos que implica la puesta en marcha del negocio (insumos, sueldos, transporte, costos básicos, comunicación, etc.) Y por último en función de estos costos, se debe estimar el precio de venta de los productos o servicios ofrecidos, calculando un porcentaje de rentabilidad esperado que permita contar con un negocio rentable.

Contar con un Plan de Negocios puede marcar la diferencia entre ser un soñador y ser un emprendedor. En Internet hay disponibles varios formatos diseñados para ayudarlo a formular y redactar su plan de negocios.

¿Cómo saber a qué tipo de financiamiento optar?

Para la mayoría de los negocios saber qué tipo de financiamiento optar es muy importante pues es de tener en cuenta que hay muchos los cuales tiene ventajas y desventajas entre ellos se encuentran:

Ahorros

Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales es decir trabaja con dinero propio y no adquiriendo deudas de ningún tipo siendo esta una de las mayores ventajas pero es ahí que se ve la disyuntiva y una de las desventajas principales gastar todo lo ahorrado y arriesgarse a perderlo si es que el negocio no funciona o mantener eso como un colchón ante un posible préstamo bancario el cual si en un momento determinado no puedo cubrir tengo ese dinero para poder solventar.

Tarjetas de crédito

Para financiar las necesidades de los negocios los cuales hacen más llevadero los pagos según la cuota y límite de crédito dejando teniendo ventaja si el negocio tiene ganancias las cuales les permita tener pagar los gastos a tiempo pero en algunos casos dejan se extra limitan haciendo gastos sobre el limite causando que un mayor recargo que a la larga les provoque un endeudamiento el cual no puedan cubrir

Tipos de socios

1. En ocasiones se les puede llamar socios aquellos que ejercen la función de prestamista pues buscan amigos y parientes como fuentes privadas siendo esta una opción de conseguir dinero, éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.
2. Opción es aquella que para poder abrir tu negocio buscas ayuda de amigos conocidos o familias e inscribir tu negocio como sociedad esto implica que tus ganancias son repartidas entre todos según un porcentaje estipulado

Bancos o cooperativas:

Las fuentes más comunes de financiamiento son los bancos y las cooperativas que ahora en día tanto los bancos como las cooperativas proporcionan diferentes tipos de préstamos adecuándose a las necesidades del usuario, el tasa de interés varía según sea la entidad a la que se avoque el tiempo de pago del préstamo y la cantidad que se preste en El Salvador los bancos más comunes HSBC , Banco Scotiabank, Banco Agrícola, entre otras las cooperativas más sobresalientes se encuentran FEDECAES, SIHUACOOP DE RL , ACACESPSA de R.L.

4.1.7 Reunión 10 - Ley MYPE

Narrativa de cómo surge la ley

Esta ley fue creada debido a la necesidad de apoyo que existía para las micro y pequeñas empresas pues era necesario diferenciarlas de grandes empresas incentivarlas para su

crecimiento y desarrollo el cual al paso del tiempo de va dificultando más porque se ven opacadas por grandes empresas por lo cual esta ley trata de mantenerse ala vanguardia,innovando, trasmitiendo factores que inculquen a una nueva generación el Emprendedurismo y la necesidad de apoyo entre entidades.

¿Qué es la ley MYPE?

La ley MYPE es aquella que Fomenta la creación, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial, en condiciones de equidad; fortalecer su competitividad para la integración de las mismas a la economía formal del país además de Estimular a la Micro y Pequeña Empresa en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su asociatividad y encadenamientos productivos; facilitando su apertura, desarrollo, sostenibilidad, cierre y liquidación en el cual se abre el apoyo directo del gobierno, entidades y gremios a pequeñas y medianas empresas en la ley que en su nombre completo se le denomina Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa se estipula 4 títulos los cuales son:

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES: Capta un capítulo único que consta de tiene objeto, naturaleza, finalidad, ámbito de aplicación y clasificación.

TÍTULO II MARCO INSTITUCIONAL: Contiene 3 capítulos los cuales se mencionan a continuación: Capítulo I de las políticas y los lineamientos, Capítulo II institucionalizad

CAPÍTULO III SISTEMA NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LAS MYPE

Título III de la inclusión económica de las MYPE, Capítulo I registro, beneficios y facilidad de trámites, Capítulo II de los programas e instrumentos, Capítulo III de los fondos para la MYPE programa de garantía para la MYPE, Capítulo IV fondo para el emprendimiento y capital de trabajo, Capítulo V de las facilidades de participación económica

TÍTULO IV CAPÍTULO ÚNICO DISPOSICIONES FINALES. Cada uno de estos capítulos estimula a la micro empresa a su desarrollo.

Esta Ley es producto de un proceso participativo que incluyó consultas que CONAMYPE lideró desde el año 2010, con diferentes instituciones públicas y privadas de apoyo a la MYPE, asociaciones, gremios, ONGs, academia, instituciones financieras, parlamentarios y sobretodo empresarias y empresarios de la MYPE, que con sus aportes propiciaron este documento que recoge la respuesta a diferentes necesidades de la micro y pequeña empresa salvadoreña. Ponemos a disposición de la población y especialmente de las personas empresarias este documento que contiene por primera vez un marco jurídico que permitirá propiciar condiciones favorables para el desempeño y la competitividad de las MYPE en el país.

Ley MYPE en El Salvador

Su implementación y logros

Su implementación empieza el día 25 de abril de 2014 y sancionada por la Presidencia de la República, el 28 de mayo del año citado con esto haciendo historia al surgir una ley que apoya y avala al micro empresario como tal abriendo camino para su desarrollo, desde ese momento se empieza su logro principal asido crear el Sistema Nacional para el Desarrollo de las MYPE como un mecanismo de coordinación interinstitucional que tiene como objeto la ejecución de políticas, planes, programas, instrumentos y servicios a nivel nacional, departamental, municipal y sectorial de fomento y desarrollo de las MYPE.

El Sistema estará integrado por: un Comité Nacional, Departamental, Municipal y Sectorial como instancias de consulta entre los diferentes sectores vinculados a las MYPE.

Entre los programas e instrumentos de apoyo a la MYPE se encuentran: la capacitación, la asistencia técnica, la innovación, la calidad y desarrollo tecnológico, el financiamiento, el capital de riesgo, los programas de garantías, la comercialización, la asociatividad, los encadenamientos productivos, apoyo a la formalización, los incentivos fiscales y municipales, acceso a mercados público y de exportación, fomento a los emprendimientos y empresas lideradas por mujeres y jóvenes y otros que se desarrollen en beneficio del sector

Para el financiamiento de las MYPE:

- a) Se crea el Programa de Garantía para la Micro y Pequeña Empresa con un monto inicial de diez millones de dólares (US\$10.000.000.00) para respaldar préstamos a la MYPE.

- b) Se crea el Fondo para el Emprendimiento y Capital de Trabajo con un monto inicial de cinco millones de dólares (US\$5,000.000.00) para financiar nuevos proyectos o Micros y Pequeñas Empresas ya existentes de todos los sectores productivos.
- c) La Ley permite la consolidación de un entorno favorable para el desarrollo de la micro y pequeña empresa en El Salvador, lo que propicia mejores ingresos de las familias de empresarios y empresarias, además de la generación de empleos.
- d) La normativa permite simplificar los procesos y requerimientos para la formalización de micros y pequeñas empresas de esta forma aportar a través de sus contribuciones al desarrollo económico del país; con mayor posibilidad de acceder a beneficios y programas.

Además de los programas financieros actuales, se generarán dos fondos con características especiales para la MYPE.

Define la creación de un registro y base de datos que facilitará la definición de políticas públicas.

Fortalece la institucionalizan una serie de instrumentos de fomento para desarrollar el tejido empresarial.

Se instaura un Sistema Nacional para el Desarrollo de las MYPE, como un mecanismo de coordinación interinstitucional, que armoniza la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas a tres niveles: nacional, departamental/municipal y sectorial.

4.1.8 Reunión 11,12 Y 13 –Manejo de una deuda

¿Qué es la deuda?

La deuda es un compromiso de pago obligado entre dos entidades (persona, grupo, empresa, estado). La palabra deuda se emplea esencialmente para devolver dinero, es decir, deuda económica, una deuda es también un concepto moral. Las deudas juegan un rol central en la organización de las actividades humanas, sobre todo económicas.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Deuda>

¿Para qué sirve la deuda?

Generalmente, una deuda permite una inversión que transforma el tejido productivo, generando mejoras para la producción. Por ejemplo, un Estado puede endeudarse para construir infraestructuras tales como carreteras, que a su vez van a favorecer los intercambios de productos y servicios.

Tipos de deuda

Dependiendo de quién emita esa deuda podemos encontrar:

- a) Deuda pública: Son todas las deudas que mantiene un Estado con inversores (nacionales o internacionales).
- b) Deuda privada: Es la deuda que tiene cualquier persona, física o jurídica que no es una Administración pública (Estado).

Deuda Privada en las finanzas personales

Deuda ficcional

Se denomina deuda "ficcional" a la deuda más común y nociva de todas: aquella que se contrae para vivir por encima de nuestras posibilidades, creando un mundo de "ficción" que no tiene correlato con lo que se gana por mes.

Ejemplo: se saca un crédito hipotecaria para comprar una casa más grande en un barrio más "caro", se pide un préstamo para comprar un auto 0 kilómetro y demás gastos financiados con préstamos o tarjeta de crédito que tienen como objetivo aparentar un nivel de vida superior al de nuestros ingresos.

Deuda "hormiga"

Nace por la desorganización en las finanzas personales que llevan a pedir un pequeño préstamo a un amigo por aquí, un adelanto de sueldo por allá, emisión y uso de tarjetas alternativas en shoppings y supermercados por otro lado y cualquier otro tipo de préstamo considerado "pequeño", pero que luego pasa a formar parte de una bola de nieve que se vuelve muy difícil de cubrir.

Deuda de subsistencia

La mayoría de los deudores querrán encasillar su deuda dentro de esta categoría, porque la deuda de subsistencia es aquella que se contrae para poder llegar a fin de mes sin ningún tipo de "lujos". Pero para que una deuda sea clasificada como deuda de subsistencia, se deben cumplir dos condiciones:

- a) El dinero proveniente por la operación debe ser destinado a satisfacer necesidades básicas (comida, salud, vivienda).
- b) El deudor no realiza prácticamente ningún otro gasto que no sea de primera necesidad, es decir, no realiza gastos de esparcimiento o consumo superfluo.

La deuda de subsistencia se da más que nada en lo que se llama la "base de la pirámide", compuesta por aquellos que ganan menos que el sueldo promedio y que generalmente tienen

hijos o familiares a cargo. Suele contraerse además con financieras a tasas de interés elevadas, haciendo más costoso su pago.

Deuda para invertir ("apalancarse").

Es muy fácil de distinguir: el dinero proveniente de la deuda no se usa para consumir sino para invertirlo en algún negocio u oportunidad.

Se dice que cuando una persona invierte con dinero que no es propio sino de otra persona o institución se encuentra "apalancado". Cuando estas operaciones salen bien, la sensación puede ser muy satisfactoria ya que se ha logrado el éxito más que nada con una idea y recursos ajenos; pero cuando la misma sale mal, las pérdidas pueden ser cuantiosas y muy difíciles de cubrir.

Deuda para invertir positiva

Una deuda para invertir positiva y aquella de bajo riesgo por ejemplo, conseguir un préstamo para comprar un inmueble y luego alquilarlo, pagando las cuotas de la hipoteca con el dinero proveniente del alquiler. Lo mismo aplicaría para la compra de un coche que será utilizado como Uber o para servicios de alquiler o viajes privados.

Deuda para invertir Negativa

Una deuda para invertir negativa es aquella de alto riesgo por ejemplo, la toma de un préstamo para invertir en mercado de valores o en cualquier otro mercado en donde el riesgo está concentrado en el corto plazo y pueden existir fuertes variaciones de precio/valores.

La deuda para invertir es la única que puede conducir a un crecimiento genuino del patrimonio, pero hay que estar muy seguro para llevarla a cabo.

Deuda privada en las finanzas de la empresa

¿Qué es el endeudamiento?

En economía: Es el procedimiento para obtener financiación mediante la asunción de deudas.

Gran Diccionario de la Lengua Española © 2016 Larousse Editorial, S.L.

El endeudamiento, ¿es malo para las empresas?

Un importante número de empresarios considera que el endeudamiento es negativo para la empresa, lo cual no siempre es cierto, éste puede convertirse en una ventaja competitiva como apalancamiento para el crecimiento, siempre y cuando el costo de la deuda sea siempre inferior al costo ponderado del capital, es un tema técnico y no emocional.

¿Qué es el sobre endeudamiento?

Estado o situación en la que se encuentra un deudor cuando su capacidad de pago para hacer frente a sus deudas es menor a las establecidas en el contrato.

Para una MIPYME en crecimiento, mantener un adecuado control de sus deudas debe ser una tarea primordial y la manera correcta de conducirse. Lo indicado es hacer un análisis cuidadoso del flujo de caja y de las necesidades particulares de su empresa y de su ramo de actividad.

¿Cuál es el nivel óptimo de endeudamiento de una empresa?

El nivel óptimo de endeudamiento está dado por el ratio deuda total / capital total. Es recomendable que no exceda el 70 %, dependiendo del sector de la empresa.

Como salir del endeudamiento

1. Conocer tus deudas

El primer paso consiste en informarse bien sobre las deudas que se tienen en estos momentos.

Para ello, se debe elaborar una lista en donde se señale quiénes son los acreedores (a quiénes se les debe), cuánto falta pagarles (el saldo de las deudas), cuáles son los costos de cada deuda (las tasa de interés que te cobran), el pago mínimo que te exigen, y la fecha en que se deben realizar los pagos.

Esta lista, en una primera instancia, dará una idea del monto total adeudado (la suma de todas las deudas), servirá para planificar el pago, y servirá como motivación para salir de éstas y cumplir con lo planificado.

2. Dejar de adquirir más deudas

El siguiente paso consiste en dejar de seguir adquiriendo más deuda.

Por lo tanto, se debe dejar de usar tarjetas de créditos personales o empresariales, dejar de solicitar más préstamos, y dejar de comprar al crédito.

Adquirir la costumbre de comprar al contado, y si no se puede comprar algo al contado, simplemente no se debe comprar.

3. Buscar mayores ingresos de dinero

El siguiente paso consiste en buscar mayores ingresos de dinero que ayuden a pagar las deudas, para ello, se podría buscar aumentar las ventas del negocio, o buscar nuevas fuentes de ingresos, etc.

Buscar también algún dinero adicional, por ejemplo, realizar algún trabajo extra diferente del

giro del negocio, o vender algún activo.

Otra alternativa podría ser pedir un préstamo familiar o un préstamo en el banco donde cobren una tasa de interés menor a la tasa de interés que se debe pagar, por ejemplo, un préstamo sobre el valor de una propiedad.

4. Reducir gastos

Puede que buscar mayores ingresos de dinero resulte una tarea complicada en el corto plazo, pero algo que es muy probable que sí se pueda hacer es reducir gastos.

Para reducir un gasto se debe buscar siempre la manera de gastar menos, evitar gastos innecesarios, y consumir menos.

Por ejemplo, procurar comprar algunos artículos usados en vez de nuevos, buscar siempre ofertas o descuentos, comparar bien precios antes de comprar algo, consumir menos electricidad y agua potable, etc.

Una forma de ayudar a reducir y controlar los gastos es elaborando un presupuesto.

5. Negociar deudas

El siguiente paso consiste en negociar las deudas con los acreedores.

Para ello, se debe establecer comunicación con ellos, ser sincero y explicarles la situación, y buscar algún acuerdo favorable que permita reducir la deuda u obtener mayores facilidades de pago.

Luego de negociar con ellos, ya sea una disminución de la tasa de interés, una disminución de los pagos mensuales (por ejemplo, al extender el plazo de la deuda), una eliminación de recargos, un congelamiento en los pagos, e, incluso una disminución de la deuda (por ejemplo, al pagar una parte al contado), se tendrá una holgura mayor en el corto plazo

6. Consolidar deudas

Un paso opcional, en caso de que se tengan varias deudas consiste en consolidarlas.

La consolidación de deudas consiste en agrupar todas las deudas en una sola.

Al consolidar la deuda, no sólo se logra simplificar los pagos (ya que se tendría que realizar un solo pago mensual), sino que permite disminuir el número de cuotas mensuales (ya que da lugar a extender el plazo) y, sobre todo, disminuir la deuda (tasa de interés menor a las tasas de interés de las demás deudas).

Para consolidar deudas, se debe solicitar al banco un préstamo de consolidación de deudas, o a cualquier entidad financiera que ofrezca este servicio.

7. Determinar un monto para el pago de deudas

El siguiente paso consiste en determinar un monto de dinero con el cual pagar las deudas.

Este monto debe ser suficiente para cubrir el pago mínimo, pero también debe permitir realizar pagos adicionales para cancelar las deudas lo más pronto posible.

Para determinar este monto, también es recomendable guiarse de un presupuesto; por ejemplo, se podría determinar que el monto esté conformado por la diferencia entre ingresos y egreso mensuales (saldo mensual), o determinar que corresponda a un porcentaje del total de ingresos, por ejemplo, un 10%.

Si luego de hacer un presupuesto, no se logra obtener un monto que cubra los pagos mínimos de o que no es suficiente para acelerar la cancelación de las deudas, se debe buscar mayores ingresos de dinero, o buscar reducir aún más los gastos.

Un consejo es que si el nivel de deudas es muy elevado, no destinar todo el saldo mensual al pago de las mismas, sino destinar una parte también a la creación de una bolsa de ahorro que se puede utilizar en caso de emergencia o para futuras inversiones.

La razón de ello, es que si se destina todo el saldo mensual al pago de deudas, con la idea de recién empezar a ahorrar después de haber saldado todas las deudas, probablemente pasen varios años antes de que empiece el ahorro para el futuro (lo cual es contraproducente), y probablemente haya desánimo y nunca se llegue al ahorro.

En cambio, si se pagan las deudas y a la vez se ahorra dinero, se está progresando financieramente.

8. Pagar las deudas

Una vez que se haya determinado el monto que será destinado al pago de las deudas, el siguiente y último paso para salir de ellas consiste en empezar a pagarlas.

Con el monto que se ha destinado para el pago, se debe pagar los montos mínimos (para evitar las moras), y con el dinero que reste (que debe ser el mayor posible), se debe ir cancelando las deudas, empezando por aquellas que tengan el mayor costo, es decir, las que tengan la mayor tasa de interés.

Una alternativa es empezar cancelando las deudas en las que falte menos por pagar, es decir, las que tengan un menor saldo, de modo que se pueda librar rápidamente de las pequeñas deudas, y así exista una mayor motivación para la cancelación de las demás.

Fecha de publicación o de última actualización: 03-02-2011

Artículo crece negocios, finanzas

Récord crediticio

¿Qué es el record crediticio?

¿Le prestaría dinero a alguien que sabe que siempre ha cumplido con pagar a tiempo a otros?

Seguro que sí, porque tiene buena reputación.

La reputación de una persona o empresa en el sistema financiero está registrada en su récord crediticio, en él figuran todos los créditos que ha tenido y cómo ha ido cumpliendo con cada uno. Las personas y empresas incumplidas tienen un mal récord crediticio, lo que genera que los bancos no concedan nuevos créditos, o que les cobren más caro, pues implican un mayor riesgo de incumplimiento. El récord crediticio es un activo que se debe cuidar, evitar incumplir con los compromisos contraídos.

https://www.scotiabank.com.sv/consejos/basicos/que_es_mi_record_crediticio.html

4.1.9 Reunión 14, 15, 16 Control Interno

Control Interno

La importancia de tener un sistema de control interno en las micro y pequeñas empresas, ha ido incrementado en los últimos años, siendo este la parte que se encarga de la organización de los procedimientos y necesidades del negocio, así como de resguardar y proteger los activos, verificar la eficiencia, productividad y custodia en las operaciones.

¿Qué es Control?

Es una herramienta, que ayuda a la empresa a revisar que todas sus operaciones se cumplan de acuerdo a los planes, siendo esta de suma importancia debido a que si se mantiene de manera óptima se obtendrán mejores resultados.

Desde el punto de vista administrativo, el control consiste en la comparación de los resultados obtenidos y los ya previstos con el objeto de verificar que las operaciones cubran los planes programas establecidos, analizar las desviaciones detectadas y crear medidas correctivas.

Contralar, tiene como finalidad vigilar que todo en la empresa esté funcionando como debe, de conformidad con las prescripciones del plan y los programas que dan contenido a su organización y los principios de economía y administración. (Suárez, 1991)

Importancia del Control Interno

Representa una parte importante dentro de toda empresa, y que si se basa en el concepto presentando en el párrafo anterior, observamos que afecta a las políticas y procedimientos y estructura de la organización. La implantación de llevar un sistema de control interno aumenta la eficiencia y eficacia operativa así como la reducción del riesgo de fraudes.

El tamaño de la Empresa no es un factor que delimitara la importancia del sistema ya que en organizaciones donde existe un solo dueño el cual el igual que toma las decisiones, participa en la operación y requiere de un sistema contable, así como de contar con un sistema de control interno más adecuado para esta.

Clasificación

Por su aplicación	Por su uso
Contable	General

Administrativo	Específicos
Informática	Preventivo
Operativo	De información
Presupuestario	Continuo
Gerencial	Por sistema
	Externo al sistema

Elementos:

El Control interno se compone de varios elementos que permitirán evaluar los resultados obtenidos en el desempeño de las funciones de cada uno de los integrantes y las áreas de la organización, los elementos son los siguientes:

Desarrollo

El control interno en las MYPES tiene la misma importancia que en las grandes empresas, la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas no cuentan con un sistema de administración claro, no existen objetivos y planes por escrito para toda la empresa, trabajan de manera reactiva solucionando problemas conforme se presentan, no se planean las inversiones, se van creando departamentos de manera improvisada, la dirección se lleva a cabo de manera empírica, no hay un adecuado mando, motivación, comunicación y supervisión.

El control es escaso, no se cuenta ni con normas de hecho, no se lleva acabo de resultados para planear acciones. Por consiguiente no se lleva un control interno en la entidad económica, que le permita al director o dueño de la empresa a evaluar cada una de las áreas que conforman la empresa y por consiguiente llevarlo a tomar decisiones que le ayuden a la toma de decisiones al respecto. Todo esto se debe que por no llevar un proceso de control en la organización, por considerarlo que no es necesario las pequeñas empresas no saben en realidad cuales son las áreas de oportunidad y mejora en las que se debe trabajar.

Sin embargo aun sabiendo que el control interno es de suma importancia en las empresas sin importar el giro o tamaño de estas, no se les da la debida importancia en las pequeñas empresas debido a que estas son propiamente familiares y no consideran que tenga que llevar a cabo como tal. Sin darse cuenta que el llevar un control interno adecuado a cada empresa permite maximizar la utilización de recursos son calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, para obtener mejores niveles de productividad; también ayudara a contar con personal más capacitado, motivado y comprometido con la organización y dispuestos a brindar al cliente servicios de calidad. Por lo mismo de tener un control actualizado en las áreas básicas de la empresa permitirá alimentar el sistema de información y ayudar a la adecuada toma de decisiones.

Es importante mencionar que el control interno, es una herramienta que ayudara al dueño o director de la empresa a conocer en que parte de los procesos se está fallando y que medidas debe tomar.

Cabe mencionar que el control interno siempre será una parte fundamental dentro de toda organización, mismo que tiene como objetivo proteger los recursos de la empresa o negocio

evitando pérdidas por fraudes o negligencias, así como el de detectar las desviaciones que se presenten en la organización y estas afecten al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Metodología del control interno

Las empresas deben crear unos objetivos de tipo visionario, de extensión a futuro y una correcta planeación estratégica. Un plan estratégico es un documento escrito, que ayuda a las MYPES a mirar, además del presente, lo que ellas pueden ser en el futuro y a determinar los métodos y estrategias que se utilizarán para conseguirlo.

El control interno consta de cinco componentes interrelacionados, derivados de la manera como la administración realiza los negocios, integrados al proceso administrativo. Estos componentes se aplican a las grandes empresas pero es importante que las pequeñas y medianas los implementen de acuerdo con las exigencias de ellas, pues sus controles pueden ser menos formales y estructurados, pero efectivos. Estos componentes son ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación y monitoreo. (COSO, 1997).

Dentro de los objetivos del Control Interno se encuentran tres que tienen completa relación con la parte administrativa. Estos objetivos son: Protección de los activos, promoción de la eficiencia operativa y estimular la adhesión a las políticas de la dirección.

Protección de activos

La finalidad es la protección del patrimonio de la entidad, por lo cual se deben implementar medidas que ayuden a prevenir irregularidades. Estas medidas pueden ser:

- Servicios de Vigilancia: Su objetivo es prevenir robos; anticipar, dar alarma y controlar incendios, la entrada y salida de personal, observar el funcionamiento de los servicios internos, entre otros aspectos.
- Sistemas de protección contra incendios: prevención y protección de los activos de los desastres causados por el fuego.
- Mantenimiento preventivo: Es importante que la empresa diseñe y cumpla con un programa de mantenimiento preventivo para la protección de bienes de producción o que generen ingresos.
- Separación de funciones y responsabilidades: Se hace necesaria la clasificación correctamente de las actividades que desarrolla cada uno de los empleados dentro de la empresa.
- Política de seguros: Es importante contar con políticas de seguros protejan los bienes de cualquier imprevisto.
- Restricciones de acceso (Áreas físicas): Contar con áreas físicas o zonas operativas de acceso restringido y el efectivo cumplimiento de estas normas.
- Controles de Supervisión: Participación de una persona encargada en una determinada parte del procedimiento correspondiente a una operación, cuya función es confirmar y verificar que se hayan cumplido todos los controles presentes en el sistema.

Promoción de la eficiencia operativa

La eficiencia operativa de una empresa tiende a aumentar cuando los recursos empleados disminuyen en comparación con los costos de producción, o también cuando éstos aumentan pero permanecen estables.

Existen diferentes medidas de control que son utilizados para promover la eficiencia operativa, estas pueden ser:

- Recursos humanos: uno de los elementos principales que conforman la empresa y que sin estos no podría existir. Es por esta razón que la empresa debe dirigir sus esfuerzos ofrecer las herramientas necesarias para el desarrollo de las funciones correspondientes.
- El personal debe ser actualizado periódicamente para desempeñarse en los cargos asignados. Así mismo es importante que el trabajador tenga claro cuáles son los objetivos de la organización.
- División de trabajo: permite que los individuos desempeñen una actividad específica y desarrolle una habilidad y por lo tanto, se alcance la especialización en dicha área o función.
- Manuales de funciones o procedimientos: Toda empresa debe contar con este tipo de documentos los cuales serán diseñados de forma clara y precisa con el objetivo de que no exista duda al momento de ser consultados. Además deben ser homogéneos, deben estar establecidas las normas, rutinas e instrucciones que serán tenidas en cuenta y ejecutadas por cada miembro de la empresa.

Establecer y estimular la adhesión a las políticas de la dirección

Las políticas son las principales guías a seguir por toda la empresa y son importantes para alcanzar los fines de la organización. Todas las políticas deben quedar reflejadas por escrito,

ya sea en manuales, instrucciones o comunicaciones internas y ser difundidas para que los miembros de la organización las conozcan, entiendan y las puedan acatar y cumplir.

4.1.10 Reunión 17, 18, 19 Marketing

¿Qué es Marketing?

En la actualidad el marketing es una herramienta que todo empresario debe conocer. Sin duda, todas las compañías de una u otra forma utilizan técnicas de marketing, incluso, sin saberlo.

Marketing no es nada más que la realización de intercambios entre un mínimo de 2 partes de forma que se produzca un beneficio mutuo, no es un secreto que la experiencia con el cliente es un factor muy importante para una buena estrategia de negocio.

En la actualidad, las empresas deben cubrir más aspectos que antes. Es así como la presentación de un producto tiene ahora muchos canales donde puede ser publicado y donde la empresa debe participar constantemente, para así poder prometer una excelente experiencia de su producto.

Atención al cliente

Muchos líderes concuerdan en que el mal servicio al cliente es el asesino de muchos negocios, especialmente en términos de pérdida de clientes, reducción de ganancias y disminución de la moral, sin embargo, la percepción de la experiencia del consumidor continúa a la baja y muchos dueños de negocios, a pesar de su pasión, dejan al margen la calidad en el servicio al cliente.

Estrategias de atención al cliente.

Es un trabajo difícil, y los empresarios comúnmente no saben por dónde empezar ni cómo. Chip Bell y Ron Zemke, expertos en el campo, comparten ocho consejos para mejorar en esta área tan crucial para el éxito de un negocio:

Encontrar y retener personal de calidad

Se debe empezar por contratar personas que estén dispuestas a ofrecer un excelente servicio al cliente. Asegurar que se quiere comunicar exactamente, que se quiere decir con un buen servicio al cliente. Entrenar al personal, darles autoridad, confiabilidad y motivarlos para satisfacer a los clientes.

Conocer íntimamente a los clientes

Esto significa escucharlos de manera personal, entenderlos y responder a sus necesidades y expectativas cambiantes, después asegurarse de que todos en el equipo hagan lo mismo y que estén motivados a conseguirlo, buscar a los clientes que se han quejado o que han dejado de comprar para entenderlos y evitar las mismas actitudes en el futuro, un cliente insatisfecho se reproduce 10 veces.

Construir una visión de servicio que todos vean claramente

Esto significa articular y vivir la mentalidad de servicio al cliente, tanto frente de ellos como en su ausencia, la visión de servicio debe ser fácil de entender, estar escrita y ser verificable.

Hacer 'feliz' el proceso de entrega de servicio

Un proceso de entrega de servicio bien diseñado hará que sea más fácil hacer negocios, el proceso debe ser amigable con los empleados y con los clientes, así como contar con

mecanismos de retro-alimentación para corregir los malos resultados, si los empleados encargados del servicio no están felices, el proceso no funcionará.

Entreno continuo

Las empresas que entregan un excelente servicio al cliente usan entre el tres y el cinco por ciento de los ingresos en entrenar a los miembros del equipo, tanto a los nuevos como a los más experimentados. Los líderes han descubierto que mantener a todos actualizados en tecnología, competencia y demandas del cliente es crítico para el negocio y la gente encargada del servicio al cliente requiere apoyo del resto del equipo.

Involucrar, empoderar e inspirar

Involucrar a los miembros del equipo en el arreglo de los problemas de los clientes, así como en componer los procesos defectuosos que generan estos problemas. Empoderarlos a ver más allá de las simples reglas, hábitos y rutinas para solucionar cosas. La inspiración es el proceso de crear emoción y compromiso a través de pasión y acciones.

Reconocer, recompensar, incentivar y celebrar

Por naturaleza humana, a la gente le gusta hacer un buen trabajo y el mejor incentivo es también darles algo bueno a cambio, esto debe iniciar con una retroalimentación constructiva y señalándoles qué pueden hacer para mejorar. No olvidando reconocer los logros y los esfuerzos.

Establece el tono y predicar con el ejemplo

El modelo a seguir para todos en el negocio es el propietario y la forma en que ven cómo habla y gestiona con proveedores, socios, equipo de trabajo y clientes les dice cuáles son las reglas a seguir en cuanto a servicio al cliente.

Además de frases que ayudan a la relación con el cliente es decir ir más allá de lo que el necesita y mostrar interés.

¿En qué puedo ayudarle?”

Los clientes desean tener la oportunidad de explicar a detalle qué es lo que quieren o necesitan. Frecuentemente, los dueños de negocios sienten la obligación de adivinar qué es lo que los clientes quieren, en lugar de escucharlos con atención, al preguntar con qué lo puedo ayudarle, se inicia un diálogo positivo (se está “ayudando”, no “vendiendo”). Y al usar una pregunta abierta, se invita a una discusión que puede dirigir a una venta.

“Puedo resolver su problema”

La mayoría de los clientes están buscando comprar soluciones y aprecian las respuestas directas en un lenguaje simple que puedan entender.

“No lo sé, pero lo averiguo”

Cuando se enfrenta a una pregunta verdaderamente difícil que requiere investigación para responderla, admitir que no se conoce es la respuesta. Pocas cosas arruinan la reputación más rápidamente que tratar de responder algo cuando no se conoce, los clientes conocedores pueden probar con alguna pregunta que saben que no pueden responder y luego sólo sentarse en silencio mientras se batalla por responder inteligentemente pero una respuesta honesta fortalece tu integridad.

“Acepto la responsabilidad”

Decir al cliente que es responsabilidad de la empresa asegurarle que el servicio y la compra sean completamente satisfactorios y afirmar que se le entregara el producto o servicio a tiempo y con el precio acordado, no debe de haber cambios ni costos inesperados.

“Lo mantendré informado”

No importa qué tipo de negocio se tenga, probablemente se requiera definir horarios y coordinar numerosas situaciones al mismo tiempo hacer saber a los clientes que los mantendrán al tanto del estado de sus situaciones o eventos. Los clientes confían más en aquellas empresas que los informan, sin importar si son buenas o malas noticias.

“Entregaremos a tiempo”

El tiempo de entrega es una promesa que simplemente se debe cumplir, no debe existir la palabra “cerrado” o la frase “fuera de servicio” en su vocabulario.

“Lunes significa lunes”

Lunes es lunes y la primera semana de mayo significa la primera semana de mayo, no importa que haya vacaciones, días libres o puentes, los clientes esperan escuchar “entregamos a tiempo”, aquel proveedor o comerciante que no cumpla con esto, no será recordado y recibirá mala publicidad.

“Sólo lo que pidió”

No será algo “parecido a”, tampoco será “mejor que” lo que se pidió, se entregará exactamente lo que el cliente compró.

“Gracias por su compra”

Más que simples palabras, para mostrar una genuina apreciación por la compra realizada se debe asegurar de que todo haya funcionado bien, así como tener la certeza de que cualquier duda o problema haya sido resuelto.

¿Qué es la negociación?

Es un proceso de comunicación orientado a objetivos a través de la persuasión, según Josep Redorta.

El ser humano tuvo que desarrollar nuevas costumbres vivenciales y nació el concepto de trueque y comunidad en donde las normas eran las que definían la forma de vida y las relaciones; todo esto sumado a las evoluciones científicas modernas hace que el ser humano no pueda vivir sin negociar.

Tipos de negociación

La negociación se clasifica, atendiendo a las circunstancias y al objetivo que persigue el negociador en cada negociación, en cuatro tipos fundamentales:

Negociación acumulativa o perder-ganar

La negociación acumulativa es aquella en la que el negociador da su brazo a torcer, pierde la negociación, porque pierde tal vez los intereses económicos, con el objetivo de perpetuar una relación de confianza y continuidad con el negociador B. Este tipo de negociación es el más

complicado, porque se corre el riesgo de que, tras el cierre, el negociador B pueda desaparecer, por ello es necesario aplicar esta negociación con negociadores habituales y permanentes, o sea los de toda la vida.

El negociador (A) invierte todo el tiempo y todas sus estrategias, acercándose cada vez más a los intereses del negociador (B).

El objetivo en esta negociación es ganarse la confianza y la empatía del otro negociador para perpetuar la relación, se puede perder algún interés económico pero se gana un valor mucho más importante.

Negociación competitiva o ganar-ganar

La negociación competitiva, es aquella en la que el negociador va a por todas con un carácter agresivo, con el fin último de vencer, en este tipo de negociación se debe dar en negociaciones en las que no nos importa la relación con el negociador, en negociaciones que solo se dan en una sola ocasión y se cierran, como en la venta de un piso, compra de un coche, etc.

No se puede aplicar este tipo de negociación con clientes habituales porque con ellos no solamente se está negociando intereses, sino también negociamos confianza y continuidad y si se es agresivo con ellos, por cualquier oferta mejor que tengan, nos abandonan.

Porque los clientes dejan de ver a la empresa como aliada, es decir un proveedor más, al que se puede cambiar por cualquier oferta que sea mejor.

El negociador competitivo arrastra al otro competidor a su ritmo y a su dirección para lograr sus objetivos, sin importarle la posición de la relación.

Negociación colaborativa

Es el tipo de negociación en el que el pastel se reparte para las dos partes, aunque no sea equitativamente pero se aproxima; en este tipo de negociación, importa tanto los intereses como la relación con la otra parte, es una negociación a mediano y a largo plazo, así que no hay que dañar la relación.

Se aplica la negociación acomodativa o colaborativa porque permite perpetuar la relación. Sin embargo no se deben confundir estos dos tipos de negociación, en la negociación colaborativa se procura mantener la relación pero tampoco sin olvidar que se negocian intereses, hay que aplicar mucha astucia.

Negociación Evitativa

Muchos de los autores no clasifican este tipo de negociación porque en realidad no se debe dar, se debe ser atento para saber realmente cuando y con quien no negociar, se debe ser selectivos, porque si se cae en el error de negociar con un negociador equivocado es como hacer nada

¿Qué es publicidad?

La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad.

La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que son fundamentales para el comercio en general, si un producto no es publicitado, difícilmente las personas lo conocerán, además es una estrategia de marketing para posicionar las marcas en el mercado global, su participación en la expansión de las empresas es precisa y necesaria.

Existen varias formas de publicidad, la más popular hace referencia del producto o servicio con un eslogan (slogan) publicitario pegajoso, simpático y fácil de recordar, para esto se hacen análisis y estudios psicológicos de los consumidores a fin de distinguir que es lo que sería agradable a la vista.

Hay publicidades que son comparativas, por lo general, buscan destacar las cualidades de su producto respecto a otros de la misma clase, rara vez se ha visto en el medio publicitario una campaña de propaganda que desprestigia a otra marca de forma directa.

Tipos de publicidad

Publicidad de productos

Este tipo de publicidad está pensada para dar a conocer las características y ventajas de un producto, se utiliza cuando se quiere sacar al mercado un nuevo producto o servicio, anunciar cambios en los ya existentes o aumentar las ventas de los mismos, por este motivo, siempre deben reflejar los intereses del público objetivo al que va dirigida.

En ese sentido, hay multitud de herramientas que pueden ayudar a cumplir cualquier objetivo de negocio y que ayudan a introducir nuevos productos de la empresa de una manera mucho más sencilla, así como incrementar la participación de mercado o incrementar la cantidad de ventas de un artículo concreto.

Algunas de las más interesantes y más efectivas son las muestras gratuitas, paquetes de productos combinados, cupones de descuento tradicionales, cupones de descuento a través de terceros, reembolso de parte del precio de la compra, regalos o productos a un precio más

bajo, recompensas por fidelidad, descuentos por tiempo limitado, envío de artículos publicitarios, promociones en el punto de venta o concursos y sorteos.

Publicidad corporativa

Este tipo de campañas publicitarias tienen un gran peso en la estrategia de las empresas que ofrecen productos o servicios para otras empresas.

La publicidad corporativa ayuda a generar confianza en los clientes actuales y a atraer a otros nuevos a través de un mensaje enfocado en las bondades de la empresa, sus recursos, su posición en el mercado y su estabilidad económica.

La identidad corporativa de una empresa abarca tanto aspectos tangibles relacionados con cuestiones estéticas como el diseño del logotipo, el diseño gráfico corporativo, la tipografía, el color, la papelería corporativa, la publicidad, los elementos de comunicación externa y la arquitectura corporativa, así pues, construir una marca es construir y consolidar vínculos sociales y de relación entre individuos, invitarlos a participar en algo común.

Los consumidores, hoy en día, no compran productos o servicios, sino marcas y el conjunto de aspectos emocionales y racionales que éstas pueden ofrecerles, el consumidor se mueve por estímulos pasionales, dejándose seducir por las marcas que le atraen y que convierten la experiencia de compra en una experiencia inigualable.

En un mundo tan competitivo como el actual, solamente aquellas empresas que consiguen hacer una buena gestión sobreviven y esto engloba aspectos tanto de imagen como de organización, estrategia y comunicación.

Publicidad de respuesta directa

Este tipo de publicidad tiene por objetivo que los consumidores faciliten sus datos, generalmente a cambio de un incentivo como un regalo gratis o un descuento, la información obtenida resulta muy valiosa para crear futuras campañas, no obstante, este tipo de campañas también pueden ser utilizadas para vender los productos directamente a los clientes, en este caso, la información sobre el producto se incluye en el anuncio junto con el precio y los datos de contacto que se solicitan.

Este tipo de publicidad puede llevarse a cabo a través de diferentes canales y medios de comunicación, como la radio, internet, la televisión o por teléfono.

Un ejemplo de publicidad de respuesta directa, es en restaurantes que ofrecen promociones que solamente son válidas en cierto horario, como el descuento de los desayunos en McDonald's o las invitaciones para probar un nuevo servicio o producto, de manera que el consumidor sienta interés por adquirirlo.

El objetivo principal de la misma es hacer participar activamente al cliente en el proceso, con el fin de conseguir un cierre inmediato de la venta u obtener datos sobre el consumidor que resulten útiles para futuras campañas.

Con acciones de este tipo, la efectividad de la respuesta es muy superior a la de las actividades tradicionales enfocadas en el producto en lugar de en el cliente y lo mejor de todo es que los resultados son 100% medibles, tanto en los que respecta a la adquisición de datos como al costo de la respuesta y al costo de venta.

Publicidad financiera

Este tipo de publicidad, considerada como la herramienta más efectiva para generar conocimiento de la entidad y de los servicios que ofrece, incluye distintas plataformas de comunicación entre las que destaca el material audiovisual insertado en medios dirigidos a masas, como Internet, televisión, radio y prensa, pero también en vallas publicitarias, folletos, símbolos, logotipos y material en el punto de venta.

Campañas publicitarias

Se entiende por campaña publicitaria a aquel grupo de ideas o creaciones que se realizan con el objetivo de vender un producto o servicio a partir del llamado de atención o interés generado en determinado conjunto de personas.

En términos generales, las etapas por las que pasa la planificación de una campaña de publicidad son el establecimiento de los objetivos de la campaña, la identificación del público objetivo, la determinación del presupuesto, el diseño del mensaje, la selección del canal publicitario, la ejecución de la campaña y el control y evaluación de la campaña.

Definición ABC <https://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>

***Técnicas de venta**

La técnica de venta es el comportamiento persuasor que manipula los argumentos para producir una acción de compra por parte de otras personas.

Si existe una llave que abra la puerta de la persuasión esta es la confianza, el vendedor ha de ganarse la confianza del posible cliente antes de empezar a mostrar sus argumentos, el vendedor que se vale de un enfoque decente para solucionar el problema del comprador y actúa con toda sinceridad, sabrá ganarse la confianza del cliente con su honesto proceder, con esta positiva actitud logrará captar, en los primeros segundos de contacto, la atención del cliente, ya que una persona siente agrado por quienes se lo demuestran.

Ahora bien, el vendedor tendrá que servirse también de sus conocimientos técnicos para comunicárselos, sin imposiciones y amistosamente al cliente para que éste tenga la impresión de que el vendedor no sólo entiende lo que habla, sino de que está tratando con una persona con la que es grato conversar.

Conocer a los clientes

Cuanto más se sabe sobre el cliente, más fácil es influir sobre sus decisiones, una estrategia para conocer al consumidor y entender lo que realmente quiere más allá de lo que parece o lo que dice que necesita es la empatía.

Esta técnica busca conocer su entorno, su visión del mundo y sus necesidades y entender estas características ayudará a mejorar la propuesta de venta, adicional, la atención y servicio al cliente.

Crear entendimiento mutuo

Para establecer una rápida conexión con tu cliente, se requiere ser curioso, agradable y preocuparse por la otra persona.

Hacer preguntas

Si no se puede satisfacer las verdaderas necesidades del cliente, no se podrá realizar una venta y si además tampoco se plantean las preguntas adecuadas, no se conocerá que es lo que el cliente necesita y eso significará que será difícil prestarle ayuda.

Escuchar activamente

Cuando los clientes están hablando, no es suficiente con guardar silencio. También es importante mantener la mente abierta y estar despierto para descubrir maneras de cómo poder ser realmente útil.

Lograr compromisos

Cada contacto con un cliente potencial debería desembocar en un compromiso por parte del cliente. Un acuerdo para hacer algo que permitirá avanzar en el proceso.

Presentar soluciones

Habiendo comprendido como ayudar, contar al cliente como el producto o negocio son capaces de ayudarlo a obtener lo que necesita.

Cierre de la venta

En algún punto, llegara ese momento en el que se espera recibir una decisión, es el momento del cierre, el cual surgirá como algo natural teniendo en cuenta los puntos anteriores.

Construir relaciones

Realizar una venta no es cuestión ceñida al corto plazo, lo ideal es construir una relación duradera que genere vínculos comerciales con el cliente.

Ser agradecido

Las personas que enfocan la venta (y la vida) con un sentimiento de agradecimiento suelen expresar mejor la satisfacción del éxito, y experimentan una menor decepción cuando han fallado.

Geoffrey James, autor del libro “Business Without the Bullshit”

Técnicas de compras

¿Cuál es el proceso de Compra en una Empresa?

El proceso de compra es una serie de actividades que permiten poder realizar efectivamente la compra de un producto específico o de varios. Habitualmente realizar este procedimiento conlleva tener en mente varios pasos como una idea del producto que a comprar; la selección de la marca o servicio que cubrirá la necesidad que posee una empresa, teniendo desde un principio las especificaciones del mismo para que no exista equivocaciones en el momento de la adquisición.

Fases del proceso de compras

Planificación de las compras

Consiste en realizar un análisis de las carencias que necesitan ser cubiertas en una empresa, en este caso se debe tener en cuenta cuales son los productos que pueden cubrir dicha carencia. En el proceso se deben identificar cuáles son los proveedores adecuados a los que se le debe realizar la compra y en cuanto tiempo es necesario que la mercancía sea traída, evaluando relativamente el precio y la calidad que poseerá la misma.

Desarrollo de las especificaciones

Son aquellas características establecidas por el comprador de la mercancía, es uno de los detalles que todo proveedor debe tomar en cuenta, para evaluar que su producto cubre la necesidad del cliente. Generalmente muchos proveedores piden a detalle las

especificaciones que quiere que cumpla el producto para mantener al cliente satisfechos con lo adquirido.

La investigación y selección de proveedores

Consiste en una búsqueda exhaustiva de los suministradores de mercancía, para comenzar con una investigación seria, se debe empezar preguntando a conocidos, amigos, revistas o internet, de las empresas más importantes, tener presentes criterios de calidad, precios y plazos de solicitud y de entrega del producto, al finalizar la búsqueda, se emplea un análisis de las referencias que posee el proveedor.

Análisis de valor

Es la evaluación del precio que posee una mercancía o producto, este procedimiento se lleva a cabo a partir de las opiniones o criterios que existe entre el fabricante y el cliente, optimizando las funciones y el coste que posee el mismo.

La financiación

Es la entrega de un pago al distribuidor que produce la mercancía, este aspecto puede ser establecido en un corto o largo plazo, dependiendo en este caso de los plazos de entrega o devolución del producto.

La negociación de precios

Consiste en obtener los precios deseados a partir de una discusión entre proveedor y cliente, de tal forma que se llegue a un convenio que satisfaga a una de las partes. Para conseguir esto se

debe tener en cuenta una preparación, evaluando los objetivos y descuentos que pretendes conseguir en el acuerdo.

Generar la compra

La compra es realizada, de acuerdo al presupuesto que posee la empresa y si el producto está en buenas condiciones, además de cubrir las necesidades que la empresa requiere. Es importante destacar que es necesario tener presente varios criterios para generar satisfactoriamente la compra de la mercancía o producto.

El control de inventarios y almacenes

Es una serie de funciones que consisten en mantener un conocimiento constante de los productos que se mantienen en los almacenes.

Primeramente en los almacenes se debe poseer una seguridad que mantenga a la mercancía en buen estado desde su entrada a la empresa, hasta la salida de la misma para ser usada por un usuario final o industria.

Mientras que el control de inventario, permite tener presente al director de la empresa que los productos están vigentes o se presentan en buen estado, es necesario que esta evaluación sea seguida correctamente para que la empresa no presente problemas con la mercancía y al final aparezcan pérdidas monetarias.

Técnicas de compra

Solicitar varias ofertas:

Es difícil saber si se está comprando bien cuando se dispone de un único presupuesto, seguramente se está dejando escapar algún ahorro, dos ó tres ofertas son suficientes para aclarar las ideas.

Comparar productos equivalentes:

En el caso de que las ofertas que se están estudiando no sean productos idénticos, se debe intentar buscar una equivalencia. Por ejemplo, si se está pensando en ahorrar costes de oficina comprando cartuchos de tóner reciclado, en lugar del original de la marca de nuestra impresora, el número de copias que podríamos imprimir con cada uno de ellos sirve como unidad de medida equivalente (= precio x copia).

Centralización de compras:

Si se negocia conjuntamente las necesidades totales de un determinado artículo o servicio, se incrementa volumen, se reduce recursos y se aumenta el poder de negociación frente al proveedor.

Concentración de compras

Productos, que de forma independiente no tienen un gran volumen, pero si se suman se cuenta con volúmenes considerables. Por ejemplo cuando se compra el material de oficina para la empresa, se necesita carpetas, bolígrafos, cartuchos de impresora, papel, etc. No tiene sentido distribuir estos pequeños volúmenes entre distintos proveedores, en estos casos es analizar la oferta manera global.

Disgregación de compras

En algunas ocasiones, no queda más remedio que distribuir volúmenes entre distintas empresas suministradoras, por el carácter estratégico del producto o servicio dentro de nuestra organización o en productos de acceso limitado, esto también ayuda a evitar queda colgados, en caso de que el proveedor tenga algún problema (rotura de stock, dificultades financieras, quiebra.

Servicio postventa

En el caso de que se necesite asistencia una vez se haya realizado la compra, por ejemplo, para realizar una consulta sobre el uso de una máquina o hacer uso de la garantía ¿Quién va a atender? ¿Cuánto va a costar? ¿Cuánto tiempo tardarán en resolver el problema? Se deben fijar estas situaciones en el contrato de compra y siempre dejarlas por escrito.

Test de mercado

Los bienes o servicios que se adquieren habitualmente, se deben someter a un análisis, en función de la importancia en el presupuesto total, incrementando o disminuyendo la frecuencia de este análisis.

4.1.11 Reunión 20, 21 y 22 Conceptos fiscales básicos

Los tributos

El Estado para el cumplimiento de sus fines necesita de recursos económicos, conocidos

también como recursos públicos, en términos generales puede decirse, siguiendo al profesor uruguayo Ramón Valdés Costa, que “recursos públicos son los ingresos en la tesorería del Estado, cualquiera que sea su naturaleza económica o jurídica”.

Siguiendo la concepción anterior, los recursos públicos pueden venir de diversas formas, por mencionar algunas de: a) recursos tributarios; b) recursos patrimoniales; c) recursos del crédito público; d) recursos derivados de sanciones patrimoniales; e) recursos de las empresas estatales, entre otras.

Para efectos del presente modulo se desarrolla el tema sobre los recursos tributarios, es decir los provenientes de la recaudación de impuestos, tasas y contribuciones especiales.

El artículo 58 del Código Tributario define el “Hecho Generador” como el presupuesto establecido por la ley por cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria.

El hecho generador, no es más que el acto que da nacimiento a la obligación de pagar un determinado tributo, por ejemplo: cuando se adquiere un bien mueble corporal, ese acto de adquirir, demuestra al Estado que se tiene capacidad para contribuir por medio del IVA. En consecuencia, sin el acto o realización del hecho generador, tampoco nace la obligación tributaria.

Los tributos son los ingresos públicos exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del presupuesto de hecho al que la Ley vincula al deber de contribuir, con el fin de obtener los recursos necesarios para el sostenimiento de los gastos públicos.

Los tributos en El Salvador están regidos por los siguientes principios:

- 1) Justicia,
- 2) Igualdad,
- 3) Legalidad,
- 4) Celeridad,
- 5) Proporcionalidad,
- 6) Economía,
- 7) Eficacia y
- 8) Verdad Material.

Estos principios deben ser el pilar para cualquier indicio de nuevo tributo en nuestro país, ahora bien se clasifican en:

1. Tasas,
2. Contribuciones especiales
3. Impuestos.

Tasas

Para Fernando Pérez Royo (2013) la tasa aparece como un instrumento tributario adecuado para la financiación del coste de los servicios públicos de carácter divisible, es decir con beneficiarios o usuarios directos, identificables caso por caso”

Características de las tasas

Beneficio Individual

Las tasas a diferencia de los impuestos, se inspiran en el principio del beneficio, según el cual el coste de estos servicios debe de satisfacerse, total o parcialmente, mediante una prestación exigida a sus usuarios, la cual conlleva una contraprestación directa o individualizada es decir, el ciudadano paga a cambio de recibir un servicio.

Ejemplo: Se recibe de parte de la Municipalidad, el servicio de tren de aseo y recolección de basura.

Cubren un gasto específico:

Otra característica de las tasas, es que lo que se recauda de tasas por servicio solo puede ser utilizado por el Estado o municipio para cubrir los gastos que le genera prestar ese servicio y hasta un máximo del 10% adicional para mejorarlo.

No puede utilizarse lo recaudado por tasas para otros destinos diferentes a financiar el servicio que se está prestando, el cobro de las tasas, siempre debe ser proporcional con lo que le cuesta al Estado o Municipio prestar ese servicio, si se cobrase más para financiar otras obras y servicios, se desnaturalizaría el tributo.

Nuestra Sala de la Constitucional en Sentencia identificada con la referencia Inconstitucionalidad 27-2005/35-2005 de las quince horas cincuenta minutos del día trece de marzo de dos mil seis, define las características del tributo denominado tasa de la manera siguiente:

“De este concepto pueden extraerse las características esenciales de la tasa:

(a) Por su carácter tributario, la tasa es una prestación que el Estado exige en virtud de su potestad de imperio y que, por lo mismo, debe establecerse y delimitar su contenido mediante ley;

(b) su hecho generador lo conforma un servicio o actividad que realiza el Estado y que está vinculada con el sujeto obligado al pago;

(c) el producto de la recaudación es destinado al mantenimiento del servicio o actividad respectiva;

(d) debe tratarse de un servicio o actividad divisible, a fin de posibilitar su particularización.

(e) la actividad o servicio debe ser inherente a la soberanía estatal, es decir que nadie más que el Estado o los Municipios estén facultados para realizarla. Entonces, la nota distintiva de las tasas es precisamente el hecho que debe haber una contrapartida –entendida ésta como vinculación del hecho imponible con un servicio o actividad del Estado o Municipio– que se particulariza en el contribuyente, y que dicha contrapartida no puede ser efectuada por un ente privado”; (...).

“Así, las tasas pueden tener como origen, desde la expedición de certificaciones o documentos hasta la prestación de servicios sanitarios, pasando por el examen de proyectos urbanísticos, licencias para construcción, recolección de basura, tratamiento de desechos sólidos, etc.”.

Contribuciones Especiales

Para Fernando Pérez Royo (2013) “Las contribuciones especiales son aquellos tributos cuyo hecho imponible consiste en la obtención por el sujeto pasivo de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes, como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento ampliación de servicios públicos”.

La Contribución Especial es otro tributo cuya obligación tiene como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales y cuyo producto no debe tener un destino ajeno a la financiación de las obras o las actividades que constituyan el presupuesto de la obligación.

Lo que el Estado recauda de contribución de turismo, sólo puede ser destinado a promover el turismo en El Salvador. Lo que se recauda de la contribución especial de FOVIAL solo puede ser destinado al mantenimiento de la red vial primaria nacional.

La sentencia de la Sala de lo Constitucional identificada con la referencia 14-I-2003, Inc. 23-99 señala: “Las contribuciones especiales se caracterizan por la existencia de un beneficio que se deriva de la realización de obras públicas o actividades estatales especiales. Ese beneficio entraña una ventaja económica reconducible a un aumento de riqueza y, por consiguiente, es indicativo de capacidad económica; ése es, entonces, el criterio que determina la existencia de dicho tributo.

Como dice Fonrouge citado en Villegas (2001), “(...) este tipo de tributo se caracteriza por la existencia de un beneficio que puede derivar no sólo de la realización de una obra pública, sino también de actividades o servicios estatales especiales, destinado a beneficiar a una persona determinada o a grupos sociales determinados.

Impuestos

Para Fernando Pérez Royo (2013) el tributo clasificado como impuesto se puede definir como: “Los tributos exigidos sin contraprestación cuyo hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad económica del contribuyente”.

El impuesto entonces es aquel tributo o pago hecho al Estado sin que exista una contraprestación directa con quien lo paga, obtenidos a cambio de su pago beneficios indirectos o colectivos.

Entre los impuestos más conocidos en el Salvador, se encuentran El Impuesto sobre la Renta y El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios más conocido como IVA, esto no significa que solo estos existen, hay otros también de suma importancia para el financiamiento del Estado.

Se paga Impuesto sobre la Renta, por la obtención de ingresos, así entre más ingresos se obtienen más impuesto debe pagarse y entre menos ingresos se obtenga menos debe pagarse o por lo contrario no se realiza ningún tipo de retención por lo consiguiente no está obligado a pagar nada. Este impuesto es un tributo que recae sobre la capacidad contributiva de ingresos o utilidades.

Los ingresos gravados con el Impuesto sobre la Renta pueden provenir de Ingresos de cualquier naturaleza, sea por sueldos o salarios, por actividades comerciales, profesionales o inclusive por obtener o ganarse un premio.

El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, más conocido como IVA, por otra parte, es otro tributo clasificado como impuesto, este se debe pagar cuando se adquieren bienes muebles o se reciben servicios.

El IVA en ese sentido grava la capacidad ciudadana de consumo; si se tiene capacidad económica para consumir, se tiene también capacidad para contribuir a satisfacer necesidades colectivas por medio de este impuesto; al final, el que más consume, más paga.

Características

La categoría de tributos conocida como impuestos, se caracteriza por ser un pago exigido por el Estado sin obligación de éste de brindar una contraprestación directa con quien realiza el pago. Así el Estado decide reinvertir lo aportado por algunos ciudadanos por ejemplo de San Salvador, para ser utilizados en la construcción de una escuela en Morazán, así no necesariamente el que más impuesto paga al Estado obtendrá más beneficios del mismo.

La siguiente característica del Tributo clasificado como “impuesto”, es que lo que se recauda de ellos, puede ser utilizado por el Estado para atender o satisfacer cualquier necesidad pública.

Otros pagos que no son tributos

Por otra parte, el pago que se hace por el servicio de energía eléctrica, u otros servicios como teléfonos fijos o celulares, no son tributos, sino pagos por servicio a privados.

Ahora bien cuando se hacen pagos al Estado por otros servicios de diferente naturaleza no tan indispensables para el ciudadano o que no son de competencia exclusiva del Estado, estamos frente a lo que se denomina como precio público.

El precio público no es un tributo, es simplemente el pago por un servicio cuasi privado que el ciudadano recibe, pero de parte del Estado, cuando el Estado compete en el mercado

ofreciendo sus servicios junto a otros privados que ofrecen el mismo servicio estamos frente a un precio público.

Los servicios de alumbrado público o de tren de aseo, no deberían ser prestado por privados, pues es competencia exclusiva del Estado o sus municipios prestarlos, por lo tanto su pago es una tasa y no un precio público (ésta es la diferencia con la tasa).

Por ejemplo en el supuesto que el Estado compitiera en el mercado ofreciendo servicios de telefonía fija y móvil a la par de otros privados, lo pagado al Estado en este concepto no cae nunca en la categoría de tributos sino en lo que se llama precios públicos. Para Villegas (2001) “Las sumas de dinero que recibe el Estado, por ejemplo, de servicios postales, telegráficos, telefónicos, y de comunicaciones en general, de provisión de electricidad y energía, de provisión de gas natural, de agua corriente de instrucción pública, de transporte estatizados, etc., no son otra cosa que precios públicos”.

Cuadro Comparativo entre Tributos

Tributo	¿A quién beneficia?	¿En qué se invierte?	¿Quién lo puede cobrar?
Impuesto	A nadie de manera directa, a todos de	En cualquier obra o servicio público en	El gobierno central y Los municipios

	manera indirecta	todo el territorio nacional	
Tasas	De manera directa a quien lo paga	Solamente en mantener y mejorar el servicio prestado por el que se cobra	El gobierno central y Los municipios
Contribuciones Especiales	Principalmente a quien lo paga, pero el estado actúa principalmente para la satisfacción de intereses generales.	Solamente en financiar la obra pública o actividad para que se recauda.	El gobierno central y Los municipios

Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios

¿Qué es el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios (IVA)?

El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, más conocido como IVA, es un tributo que busca gravar la capacidad de consumo de los

ciudadanos (el que tiene más recursos para consumir, tiene más posibilidades de contribuir al gasto público, que aquel que tiene menos posibilidades de consumo).

Para ello, la ley del citado impuesto establece diversos actos que serán gravados con el impuesto; a estos actos realizados por el contribuyente, que dan nacimiento a la obligación de pagar un determinado tributo se le denomina hechos generadores.

Hechos Generadores que causan el pago del IVA

1. La transferencia de dominio a título oneroso de bienes muebles corporales, un consumidor compra una licuadora, el comerciante debe sumar al precio neto del producto la cantidad que corresponde en concepto de IVA, el consumidor final paga entonces en el precio ofrecido al público por el comerciante además del valor neto que le pertenece al comerciante, la parte correspondiente al IVA que debe llegar al Estado.
2. El retiro o desafectación de bienes muebles corporales del activo realizable de la empresa, conocido también como autoconsumo de las empresas, Ejemplo: La empresa “X” decide promocionar su nuevo producto en el mercado, para lo cual decide regalar cierta cantidad del mismo a los consumidores. La empresa “X” debe facturar y gravar con IVA esa operación aunque no la venda al público, pues la empresa está consumiendo su propio producto
3. La importación e internación definitiva al país de bienes muebles corporales y de servicios. El importar bienes o servicios al país es una operación gravada con IVA,

ahora bien, si el bien o servicio proviene de los demás países centroamericanos se le conoce ya no como importación, sino como “internación” y esta última también está gravada con IVA

4. Las prestaciones de servicios.

Cuando se va por ejemplo a comer a un restaurante, acudir a un médico o a donde un abogado, ellos nos están prestando un servicio y esa actividad está gravada con IVA

5. Las exportaciones.

Las exportaciones también están gravadas con IVA; ahora bien, a diferencia de los anteriores, la tasa o alícuota del IVA únicamente para el caso de la exportación es el cero por ciento (0%) y no el trece (13%) Por ejemplo: Una empresa que envía fuera del país “X” producto, esa actividad está gravada con IVA pero con la tasa 0%

Sujetos que intervienen en el IVA

La obligación tributaria tiene un sujeto activo, que es el Estado o ente público acreedor del tributo a su vez existen los sujetos pasivos que son los obligados al cumplimiento de las prestaciones tributarias ya sea como contribuyente o como responsables.

En las operaciones gravadas con IVA se observa la intervención de tres sujetos, los cuales se ilustran a continuación:

1. El consumidor final: Es el sujeto que paga en el precio de los bienes y servicios que adquiere, el 13% de IVA como contribución al Estado.
2. El contribuyente de IVA: Es aquel comerciante o prestador de servicios inscrito en el Ministerio de Hacienda y que en el precio de venta de los bienes o servicios, recibe del consumidor final el valor neto que corresponde a sus costos y ganancia, y el 13% que corresponde al IVA, debiendo este último monto trasladarlo al Estado en sus declaraciones del citado impuesto.
3. El Estado: Es el sujeto que recibe de los contribuyentes del IVA el impuesto pagado por los consumidores finales.

Documentos legales IVA

El inciso segundo del artículo 107 del Código Tributario, regula la obligación que tienen los contribuyentes del IVA de emitir y entregar por cada operación que realicen factura a los consumidores, la que podrá ser sustituida por otros documentos o comprobantes equivalentes (como el ticket de máquina registradora, autorizada por la Administración Tributaria), o la factura simplificada.

La ley no establece montos mínimos para emitir y entregar factura, desvirtuando lo que algunos contribuyentes del IVA alegan que por operaciones de un dólar (\$1.00) o inclusive centavos de dólar dicen no estar obligados a dar facturas.

Los precios que se ofrecen al público por los comerciantes o prestadores de servicios llevan incluidos todos los tributos, es decir, la afirmación de algunos contribuyentes sobre condicionar la entrega de factura o tiquete al aumento en el precio ofrecido es totalmente falsa. Si un empresario desea publicar precios de productos o servicios que no incluyen el IVA, debe colocarle la leyenda "precio no incluye IVA", con el objeto que el consumidor esté enterado de antemano que al precio publicado debe agregarle el 13% y que ese será el valor total a pagar por el bien o servicio a adquirir.

Otra operación común y errada entre los contribuyentes, es hacer una sola factura al final del día, mientras anotan las operaciones realizadas en un cuaderno o libreta, aunque esta operación parecería ser más práctica para el contribuyente, la ley no la permite, por las razones antes mencionadas (emitir documento por cada operación). Por lo tanto está y otras prácticas son sujetas a sanción por parte del Ministerio de Hacienda si algún contribuyente las realiza.

El Código Tributario en sus artículos comprendidos del artículo 107 en adelante, regula diversos documentos fiscales que el consumidor final debe exigir y retirar del lugar en cada transacción, pero para efectos prácticos en esta ocasión se verán los más comunes.

- 1- Factura de Venta Simplificada
- 2- Tiquetes de Máquina Registradora
- 3- Factura.

Impuesto Sobre la Renta

Generalidades

Las relaciones tributarias para el caso del Impuesto sobre la Renta, también tienen dos extremos: el sujeto activo y el sujeto pasivo. El sujeto activo es quien tiene la facultad por medio de la Ley para exigir el pago de los tributos; esta facultad está delegada en el Ministerio de Hacienda, específicamente en la Dirección General de Impuestos Internos, que es la Dirección encargada de velar porque los contribuyentes cumplan con su obligación de tributar conforme a su capacidad tributaria.

Sujetos pasivos en la ley de Impuesto sobre la Renta:

El artículo 5 de la ley de Impuesto sobre la Renta señala como sujetos pasivos del impuesto a los siguientes:

- Las Personas naturales o jurídicas, domiciliadas o no.
- Las sucesiones
- Los fideicomisos domiciliados o no en el país.
- Los Artistas, deportistas o similares, domiciliados o no.
- Las sociedades irregulares (aquellas que buscan inscribirse en el registro de comercio pero por un requisito formal ausente por ejemplo en la escritura de constitución no se aprueba su inscripción)
- Sociedades de Hecho (sociedades creadas sin ningún tipo de formalidad jurídica).
- La unión de personas (éstas últimas son agrupamientos de personas sean naturales o jurídicas que se organizan o unen solamente para desarrollar un proyecto temporal, finalizado ese proyecto (yo no te conozco), pero para ello deben cumplir con los requisitos que establece el art. 86 del Código Tributario

Sujetos Excluidos del Impuesto sobre la Renta

No están obligados al pago del impuesto según lo establecido en el artículo 6 de la ley de Impuesto sobre la Renta

- El Estado de El Salvador.
- Las municipalidades.
- Las corporaciones y fundaciones de derecho público y las corporaciones y fundaciones de utilidad pública.

Hecho generador del Impuesto sobre la Renta

Para el caso del Impuesto sobre la Renta, el Hecho generador lo define el artículo 1 cuando señala que “La obtención de rentas por los sujetos pasivos en el ejercicio de imposición de que se trate, genera la obligación de pago del Impuesto sobre la Renta”.

El artículo 1, señala como hecho generador del impuesto, la obtención de rentas, para ello debe tenerse claro ¿qué es Renta obtenida?, o mejor dicho, ¿cuándo se entiende obtenida la renta a que se refiere el artículo 1 de la ley en comento?

Se entenderá por renta Obtenida de conformidad a lo establecido en el artículo 2 de la citada ley, “Todos los productos o utilidades percibidos o devengados por los sujetos pasivos, ya sea en efectivo o en especie y provenientes de cualquier clase de fuente”. Por ejemplo:

- a) Del trabajo, tales como salarios, sueldos, honorarios, y toda clase remuneraciones por servicios personales.

- b) De actividades empresariales.

- c) Del Comercio, o actividades agrícolas, industriales, de servicios y de cualquier otra naturaleza.

- d) Del capital, tales como: alquileres, intereses, dividendos o participaciones.

- e) Toda clase de productos, ganancias, beneficios o utilidades cualquiera que sea su origen, deudas condonadas, pasivos no documentados o provisiones de pasivos en exceso, así como incrementos de patrimonio no justificado y gastos efectuados por el sujeto pasivo sin justificar el origen de los recursos.

El Artículo 12 de la ley en comento, manifiesta que la renta obtenida se determinará sumando la totalidad de los productos o utilidades provenientes de distintas fuentes por el sujeto pasivo.

Ejercicio de imposición del Impuesto sobre la Renta

La regla general de los ejercicios de imposición se encuentra regulada en el artículo 13 y se refiere a que la renta obtenida se computará por períodos de doce meses, que se denominará “ejercicio de imposición”. Es de advertir, que esta regla también posee algunas excepciones las cuales se pueden encontrar en el citado artículo.

Para el caso de las personas naturales sujetas al pago del Impuesto sobre la Renta, las mismas deberán computar su renta usando el método de efectivo, es decir tomando en cuenta los

productos o utilidades realmente percibidos en el ejercicio, ya sea en dinero efectivo, títulos valores o en especie.

Las personas naturales que están obligadas a llevar contabilidad, deberán utilizar para el cómputo de su renta, el sistema de acumulación que también es aplicable a las personas jurídicas. Las personas naturales que no se encuentran obligadas a llevar contabilidad formal, podrán optar por utilizar el sistema de acumulación para el cómputo de su renta; para lo cual anotarán las operaciones en registros contables auxiliares e informarán a la Dirección General de Impuestos Internos en los meses de noviembre y diciembre del ejercicio de imposición previo al ejercicio en que será adoptado. Según lo establece el artículo 17 de la Ley de Impuesto sobre la Renta una vez adoptado el sistema de acumulación no podrá cambiarse a otro.

Las personas jurídicas utilizarán el sistema de acumulación, y determinarán sus rentas tomando en cuenta las devengadas en el ejercicio, aunque no estén percibidas, y los costos o gastos incurridos aunque no hayan sido pagados, en éste último caso, siempre y cuando proceda su deducibilidad, según lo regula el artículo 24 de la ley en comento.

Las personas jurídicas utilizarán el sistema de acumulación, y determinarán sus rentas tomando en cuenta las devengadas en el ejercicio, aunque no estén percibidas, y los costos o gastos incurridos aunque no hayan sido pagados, en éste último caso, siempre y cuando proceda su deducibilidad, según lo regula el artículo 24 de la ley en comento.

Deducciones en Renta

Son deducibles del Impuesto sobre la Renta aquellos costos y gastos que son indispensables para la generación de rentas gravadas o la actividad económica que genera las mismas.

Son deducibles del Impuesto sobre la Renta aquellas actividades contenidas en el artículo 29 de la ley de Impuesto sobre la Renta, entre ellas las siguientes:

- Los gastos necesarios y propios del negocio,
Siempre y cuando sean destinados exclusivamente a los fines del mismo, a contrario sentido, todo lo que no sea necesario y destinado exclusivamente al negocio, no es deducible del Impuesto sobre la Renta.

- Las cantidades pagadas a título de salarios, sueldos, sobresueldos, dietas, honorarios comisiones, aguinaldos, gratificaciones, y otras remuneraciones o compensaciones por los servicios prestados directamente en la producción de la renta gravada, toda vez que se hayan realizado y enterado las correspondientes retenciones de seguridad social, previsionales y de Impuesto sobre la Renta cuando se encuentren sujetas a ello conforme a la ley respectiva, así como las cantidades pagadas por indemnizaciones laborales por despido, las bonificaciones por retiro voluntario¹¹; las indemnizaciones por causa de muerte, accidente, incapacidad o enfermedad, cuando los pagos sean realizados a parientes del contribuyente dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, a su cónyuge.

- El costo de los pasajes, más el valor de los impuestos
Y derechos portuarios correspondientes pagados por el patrono¹², así como los gastos de alimentación y hospedaje comprobables documentalmente, que estén

estrictamente vinculados con viajes realizados en actividades propias del negocio inclusive por viajes realizados dentro del territorio de la República de El Salvador.

- El precio de arrendamiento de bienes muebles o inmuebles:

Utilizados directamente en la producción de ingresos computables y otros arrendamientos destinados directamente a la producción de ingresos computables.

Costos y Gastos no Deducibles

El artículo 29-A de la ley de Impuesto sobre la Renta, establece cuáles son los costos y gastos que no serán deducibles del citado Impuesto. En el citado artículo se establecen 24 numerales de los cuales haremos mención solamente a algunos de ellos.

- Los gastos personales y de vida del contribuyente o de su familia, así como los de sus socios, consultores, asesores, representantes o apoderados, directivos o ejecutivos.
- Las remuneraciones por servicios ajenos a la producción de ingresos computables.
- Los gastos de viaje o viáticos del contribuyente, o de sus socios o empleados, no comprobados como indispensables en el negocio o producción.
- Las donaciones y contribuciones no comprendidas en esta Ley.
- Cualquier otro gasto o erogación no especificada, que no sea indispensable para la producción de la renta computable o la conservación de su fuente.

4.1.12 Reunión 23 Preguntas y respuestas

En esta etapa se contempla una reunión con un punto de preguntas y respuestas el cual consiste en el acumulado de las preguntas originadas a lo largo del desarrollo de las temáticas.

La dinámica es la siguiente:

- En cada sesión se les proporciona a los participantes una libreta para que formulen las preguntas durante el desarrollo de la temática, estas libretas se reciben al término de la sesión, para posteriormente ser archivadas.
- Las preguntas se consolidan para que en esta sesión de preguntas y respuestas se le dé un tratamiento en su totalidad dedicando una reunión para este fin.
- Las preguntas son de carácter anónimo y se comparten con el resto del grupo, de esa manera se da cobertura a más de un participante con la misma o similar inquietud.

Retro alimentación

En esta parte de la sesión se proyectan de manera general las respuestas, explicaciones, ampliaciones o cualquier tema con la necesidad de ser abordado específicamente como resultado del insumo obtenido por medio de las libretas de preguntas recolectadas a lo largo de las sesiones desarrolladas en el plan de educación

4.1.13 Reunión 24 Acto de cierre y entrega de diploma de participación

Esta es la etapa de finalización, el protocolo a llevar a cabo es el siguiente:

- Bienvenida y apertura de la Reunión

- Presentación de los temas que se dio en cada reunión.
- Dar a conocer los objetivos que se lograron con la capacitación
- Entrega de Diplomas
- Palabras de agradecimiento
- Despedida y cierre de la reunión

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.

En El Salvador las micro y pequeñas empresas son importantes para el crecimiento y sostenibilidad siendo estas parte de la economía en el país siendo un motor impulsor directo dentro de esta, cuenta con el respaldo de instituciones gubernamentales como el Ministerio de Economía, quien maneja las finanzas de gobierno tiene políticas económicas que sin duda alguna se ponen en práctica dentro de las de las microempresas ahondado más al direccionamiento de estas, otra institución es CONAMYPE(comisión nacional de micro y

pequeñas empresas) esta es una, si no es que la principal de las instituciones de apoyo a las microempresas pues además de promover el progreso , ha impulsado proyectos como el registro nacional de micro y pequeñas empresas en el año 2015 el cual era un proyecto que duraría 2 años finalizando en el año actual (2017) obteniendo con esto un dato de exacto de cuantas micro y pequeñas empresas existen dentro del territorio nacional , otro de sus avances más importantes en el apoyo de las microempresas ha sido la Ley MYPE quienes no solo las impulsaron sino que llevaron a su aprobación y desarrollo en el año 2014. Otras instituciones como bancos que ofrecen asesoramiento. Es importante mencionar que nuestro trabajo de investigación se centra en poner de manifiesto la importancia que tiene un plan de educación financiera para las micro empresas del sector comercio dedicado a la compra y venta de productos de primera necesidad esto debido a que se considera importante capacitar a través de un plan detallado a los propietarios o gerentes de estas microempresas pues obtendrán mayor conocimiento para lo cual se detallan temas algunos conceptos financieros, el Emprendedurismo, relación entre finanzas personales y de negocio, marketing, crecimiento empresarial, contabilidad entre otros cada tema lleva como objetivo que el participantes a través de este conocimiento solventa problemas, maximice sus recursos, pueda llevar un control más preciso de sus operaciones, que obtenga mayores beneficios en sus ventas, sea capaz de enfrentarse a la competencia, que agilice su crecimiento en el mercado , formación adecuada del personal . Además de esto es importante señalar que al formalizar este proyecto se aria alianzas con empresas que apoyan a las microempresas como sugerencias están la alcaldía, ministerios de hacienda, ministerio de economía, y CONTAMINE con la ayuda de estas instituciones se quiere lograr que los micro empresarios que están en proceso de desarrollo se auxilian de ellos conozcan un poco más sobre la institución, conviva con personas de la mismo ramo y tenga además de la información brindada en la capacitación un

conocimiento extra de otros con experiencia que desconocen pero que favorecerán al crecimiento y sostenimiento de las mismas . Enfatizar que este plan de educación financiera no solo conlleva a mejorar las microempresas sino también a mantenerlas en un mercado el cual se va poniendo a la vanguardia en cambios y modernización.

5.2 Recomendaciones.

AL aplicar el plan:

Al realizar el plan financiero es necesario tener conocimiento de las herramientas financieras básicas. Ante todo hay que tener las nociones básicas de finanzas corporativas y de contabilidad muy claras, y hay que dominar la estructura y los diferentes componentes de la empresa para lo cual hay diferentes temas dentro de él plan que fortalecen estos conocimientos y añaden nuevos en caso que desconozcan.

Se debe evaluar antes de poner en práctica el plan de educación financiera las diferentes áreas de la empresa para así conocer cuál es la área que necesita refuerzos en conocimientos, o si necesita un conocimiento total si es que se pretende abrir un área nueva dentro de la empresa así se puede llevar el plan financiero acabo con simetría y concordancia sin dejar afuera ningún área.

Para aplicar el plan de educación financiera se debe tener una persona capacitada, confiable, con experiencia, se recomienda por el tipo de negocios que sea el dueño o encargado por ser personas comprometidas con la empresa lo harán lo mejor posible y verificaran los beneficios que se obtienen entre ellos se puede mencionar mayor competitividad en el mercado, mayor conocimiento para enfrentar dificultades tanto internas como externas , capacidad de análisis

para el proceso de toma de decisiones, reducir costos aumentar ganancias y tener más claro los movimientos de sus transacciones

Otro punto el cual es necesario abordar es que se recomienda que la empresa como tal al participar dentro del plan esté dispuesta hacer cambios dentro de su estructura de control pues hay fallas que se pueden ir notando con el paso de la enseñanza durante el plan que por falta de experiencia no se detectaron aun principio y puede que sea perjudicial pero que aún estén a tiempo de subsanar.

Otra recomendación es que el personal capacitador sea un estudiante de la Universidad de El Salvador Facultad Multidisciplinaria de Occidente el cual pertenezca a una carrera de Economía esta podría ser Licenciatura en Contaduría Pública ó Administración de Empresas por poseer bases contables y lograr culminar con sus horas sociales además de poner en práctica sus conocimientos.

Para las empresas que participan en el plan

Mecanizar el Sistema de Contabilidad con el fin de llevarla al día, de manera que pueda proporcionar a los usuarios información actualizada, confiable, clara, adecuada y útil. Además, deben diseñarse procedimientos de registro adecuados que permitan identificar, reunir, clasificar y contabilizar todas las transacciones realizadas por los participantes

Deben definirse en forma adecuada las funciones del personal dentro de cada empresa, con el propósito de minimizar el riesgo de malos manejos y uso indebido de los activos de la entidad.

Formular sanas Políticas y Normas de Control Administrativo, Contable y Financiero, con el objetivo de sistematizar las operaciones que se realizan en los diferentes Departamentos de la Alcaldía y que, al mismo tiempo, complementen a las Normas Técnicas de Control Interno.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Cook, John W “Auditoria”
- ✓ Eladio Zacarías Ortéz “Métodos para hacer una investigación Diagrama y levantamiento de texto” 2000.
- ✓ Enciclopedia De Auditoria “Editorial Océano, Edición 1998” España.
- ✓ Gómez Ceja, Guillermo “Planeación y Organización de Empresas” 8ª Edición, Mc Graw Hill, México, 1994.
- ✓ Harold Koontz y Heinz Weirich “Administración una perspectiva Global

- Editorial Mc.Graw Hill, 11^a –Edición”
- 2000.
- ✓ Instituto de Auditores Internos “Normas para el Ejercicio Profesionalde la Auditoría Interna “El Salvador, C.A.
 - ✓ Roberto Hernández Sampieri “Metodología de la Investigación “ Segunda Edición Mc Graw Hill”,1998
 - ✓ Suarez Suarez, Andres S. “ La Moderna Auditoría”
 - ✓ Fornos, Manuel de Jesús Contabilidad Financiera I y II
 - ✓ Autores: J. W. Neumer John, Ph., Tomo N° 1 Principios y Prácticas.
 - ✓ Ortez, Eladio Zacarías Métodos para hacer una Investigación.
 - ✓ Tamayo y Tamayo, Mario El proceso de la Investigación Científica
 - ✓ Romero López, Javier Principios de Contabilidad, Segunda Edición 2002,
 - ✓ Jorge E. y Ortiz Gómez ; Alberto Enfoque Moderno de Planeación y Control
 - ✓ Rodríguez Cruz, Eduardo Ernesto y otros La nueva Ley de la Contaduría Pública
 - ✓ Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)Sección 2

Leyes

- Leyes Tributarias
- Leyes de Educación
- Leyes Mercantiles
- Ley MYPE
- Leyes del Sistema Financiero
- Leyes que Rigen la Profesión Contable

- Ley del ejercicio de la contaduría publica

Paginas de internet

<https://es.wikipedia.org/wiki/Deuda>

<http://economipedia.com/definiciones/tipos-de-deuda.html>

<http://negocios.elpais.com.uy/finanzas/distintos-tipos-deuda-mejorar-finanzas.html>

<http://wiki-finanzas.com/index.php?seccion=Contenido&id=2011C0309>

**[http://www.pqs.pe/actualidad/noticias/cuanto-es-lo-maximo-que-puede-endeudarse-mi-
mpresa](http://www.pqs.pe/actualidad/noticias/cuanto-es-lo-maximo-que-puede-endeudarse-mi-empresa)**

[https://www.scotiabank.com.sv/consejos/basicos/que es mi record crediticio.html](https://www.scotiabank.com.sv/consejos/basicos/que-es-mi-record-credicio.html)

<https://www.gestiopolis.com/importancia-del-control-interno-en-las-pyme>

<https://www.solomarketing.es/cuales-son-los-tipos-de-publicidad-que-existen/>

<https://www.webyempresas.com/cual-es-el-proceso-de-compra-en-una-empresa/>