



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Aporte de la educación Financiera al desarrollo económico de
las MIPYMES del sector cuero y calzado en Estelí; primer
trimestre 2019

Seminario de graduación para optar

al grado de

Licenciado en la Carrera De Economía

Autores

Br. Lugo Rodríguez Kattia Julissa

Br. Martínez Miriam Janelis

Br. Torres Velásquez Allison Marly

Tutor o tutora

MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela

Estelí, Mayo de 2019





UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

Valoración Docente

A través de la presente hago constar que Br. Lugo Rodríguez Kattia Julissa, Br. Martínez Miriam Janelis, Br. Torres Velásquez Allison Marly estudiantes de V año de Economía ha finalizado su trabajo investigativo denominado:

“Aporte de la educación Financiera al desarrollo económico de las MIPYMES del sector cuero y calzado en Estelí; primer trimestre 2019”.

Este trabajo fue apoyado metodológica y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

Es relevante señalar que la investigación **“Aporte de la educación Financiera al desarrollo económico de las MIPYMES del sector cuero y calzado en Estelí; primer trimestre 2019”**, es un tema que por primera vez se ha trabajado, valoro

positivo el análisis de sus datos los que están estrechamente relacionados con sus objetivos.

Después de revisar la coherencia, contenido, el artículo científico y la incorporación de las observaciones del jurado en la defensa, se valora que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa de cursos de grado vigente y por lo tanto está listo para ser entregado el documento final.

Dado en la ciudad de Estelí a los 10 días del mes de mayo del 2019.

Atentamente;

Msc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela.
DOCENTE
UNAN- FAREM-Estelí

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios: Creador del universo, por darnos la vida regalarnos paciencia, fuerza y voluntad, tiempo necesario para realizar esta investigación.

A nuestros padres: Por su ejemplo, consejos y apoyo incondicional en todos los momentos difíciles y satisfactorios en el transcurso de los diferentes niveles de estudio.

A los involucrados directa e indirectamente por habernos dedicado parte de su valioso tiempo al respondernos cada una de las interrogantes hacer posible la culminación de una etapa más de nuestra carrera por la superación intelectual y académica.

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo primeramente a Dios por la voluntad y sabiduría que nos ha brindado, para realizar este trabajo ya que sin su ayuda no lo hubiésemos hecho posible porque él es nuestro guía.

A nuestros padres por el esfuerzo que empeñaron para contribuir a la realización de nuestra investigación, de manera incondicional fomentando nuestro deseo de superación personal y profesional.

A los profesores por su excelente desempeño como guía de este trabajo ya que nos transmitieron sus valores y conocimientos.

A la Universidad por darnos la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos, porque en ella nos hemos formado para desempeñarnos como futuros profesionales.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO.....	2
DEDICATORIA.....	6
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Planteamiento de problema	4
1.3. Preguntas problemas.....	5
1.3.1. Pregunta directriz.....	5
1.3.2. Preguntas problemas.....	5
1.4. Justificación	6
II. OBJETIVOS	7
2.1. Objetivo general.....	7
2.2. Objetivo específico.....	7
III. MARCO TEÓRICO.....	8
3.1. Empresa.....	8
3.1.1. Concepto de empresa	8
3.1.2. Tipos y clasificación de las empresas:.....	9
3.1.3. Las características que las distinguen a las empresas son:	11
3.1.4. MIPYME	11
3.1.5. Pequeña empresa	12
3.1.6. Sector Cuero y calzado	15
3.2. Educación Financiera	16
3.2.1. Características de la Educación Financiera.....	16
3.2.2. Importancia de la Educación Financiera.....	17

3.2.3. Factores asociados a la falta de educación financiera	18
3.2.4. Consecuencias de la falta de educación financiera	19
3.2.5. Beneficios de la educación financiera.....	21
3.2.6. Inclusión financiera	22
3.2.7. La formación financiera como instrumento de desarrollo	22
3.3. Planeación Financiera	23
3.3.1. Pasos para establecer una buena planificación financiera	24
3.3.2. Importancia de la Planeación Financiera:.....	25
3.3.3. Factores externos e internos del riesgo financiero (Planeación Financiera).....	26
IV. Estrategias económicas-financieras	27
4.1.1. Sistema Educativo y Estrategias diferenciadas	29
V. Hipótesis.....	30
VI. Cuadro de operacionalización de variables.....	31
VII. Diseño Metodológico	36
7.1. Tipo de estudio.	36
7.2. Métodos de la investigación.....	37
7.3. Universo.....	38
7.4. Caracterización de la ciudad de Estelí.....	38
7.5. Muestra	39
7.6. Técnicas de Recolección de Información	39
7.7. Etapas de investigación.	40
VIII. ANALISIS DE RESULTADOS.....	42
8.1. Caracterización de las MIPYMES del sector cuero y calzado.....	42

8.1.1	Antigüedad de las MIPYMES.....	43
8.1.2	Sexo de encuestado	43
8.1.3	Nivel de escolaridad alcanzada por los propietarios.....	44
8.1.4	Legalidad de las empresas.....	45
8.1.5	Infraestructura.....	46
8.2	Identificar como las MIPYMES del sector cuero y calzado realizan la planeación financiera.	47
8.2.1	Conocimiento sobre Educación Financiera:	47
8.2.2	Cuenta con un manual de funciones:	48
8.2.3	Planifican la producción.....	49
8.2.4	Seguimiento a su presupuesto	50
8.2.5	Evaluación objetivos financieros.....	51
8.2.6	Llevan un registro de su ingreso, gastos entre otros.	52
8.2.7	Toma en cuenta criterios financieros	53
8.3	Factores externos e internos afectan la planeación financiera de las MIPYMES del sector cuero y calzado.	54
8.3.1	Factores internos:.....	54
8.3.2	Factores externos:.....	55
8.4	Propuesta de estrategia	56
8.4.1	Análisis FODA.....	57
8.5	Líneas estratégicas	58
IX.	CONCLUSIONES.....	62
X.	RECOMENDACIONES	64
XI.	Anexos	66
11.1.	Anexo 1. Encuesta.....	66

11.2. Anexo 2. Tablas de continencia	72
XII. Bibliografía.....	78

I. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Estelí existen MIPYMES dedicadas a la elaboración de productos de cuero en diferentes variedades. El sector cuero y calzado es un tema muy importante en el ámbito del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales actualmente enfrentan una serie de problemas para poder lograr su estabilidad y desarrollo económico.

La investigación refleja además de las limitantes en educación financiera que presentan las MIPYMES de cuero y calzado, la necesidad y el deseo de algunos empresarios individuales con preparación a desarrollar sus actividades de manera que ayuden a tener un mejor desarrollo económico en sus negocios.

En los últimos años, se ha alertado sobre la necesidad de mejorar la educación y cultura financiera de las personas, ya que las carencias en este ámbito pueden conducir a las personas a adoptar decisiones erróneas sobre su economía personal, con el consiguiente riesgo de pérdidas patrimoniales, endeudamiento excesivo hasta la exclusión financiera.

El objetivo de este trabajo es el diseñar un programa de educación y cultura financiera para los propietarios de las MIPYMES de cuero-calzado que, de acuerdo al diagnóstico realizado, se determinó que los niveles de educación y cultura financiera se ubicaron entre medio y bajo.

Por tal razón es trascendental que el programa brinde la información y el fortalecimiento de conocimientos para el desarrollo profesional de los propietarios que en un futuro contarán con mayores oportunidades que les ayude a desarrollarse de manera efectiva, el mismo que necesitara de una adecuada organización y planeación con el fin de manejar adecuadamente sus finanzas personales.

1.1. Antecedentes

Para profundizar en el tema sobre la **“Educación Financiera y su aporte al desarrollo económico en las MYPYMES del sector cuero calzado en Estelí”**, se realizó una búsqueda de trabajos de tesis en sitios web y en la biblioteca Urania Zelaya Úbeda de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM – Estelí), encontrándose las siguientes investigaciones:

En sitio web se encontró la tesis que fue elaborado por Balladarez Rizo, Centeno López y Gracia Rivera (2014), tesis titulada **“Propuesta de estrategia que permita a las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí el aprovechamiento de los beneficios del tratado de libre comercio DR-CAFTA, en el segundo semestre del 2014”**.

La segunda tesis encontrada fue elaborada por Hernández, Olivas Benavides, y Zeas López (2012) que se titula **“Factores que inciden en la producción y competitividad en las MIPYMES del sector calzado del municipio de Estelí, en el segundo semestre del año 2012”**. El objetivo fue determinar los factores que inciden en la producción y competitividad de las MIPYMES de calzado y proponer acciones que ayuden al mejoramiento del éxito empresarial en el municipio de Estelí.

Los principales resultados reflejan que la industria del calzado de cuero se ve directamente afectada en su competitividad por las deficiencias en aspectos de precios, calidad y surtido de cuero que ofrecen las tenerías nacionales.

Se encontró un documento elaborado por cooperativa CACEF (Cooperativa de ahorro y crédito abierta R.L) titulado **“Plan de educación financiera gestión 2017”** dicho documento tiene como objetivo mejorar los servicios financieros y cuidar los derechos del consumidor, que mejore la comprensión de los mismos en cuanto a

los servicios financieros que se ofrecen, que les permita tomar mejores decisiones, así como promover buena práctica, propone estrategias de cómo mejorar la educación financiera.

En sitio web se encontró un artículo elaborado por Jessica Rubenia Díaz Pastrana titulado: Producción y comercialización de 12 PYMES de cuero y calzado legalmente inscritas en la Alcaldía Municipal de la ciudad de Estelí. 2009-2011. En este artículo se presentan los principales resultados de un estudio que se realizó en 2011 y determina el comportamiento de la producción y comercialización de 12 PYMES de cuero y calzado inscritas legalmente en la Alcaldía Municipal de Estelí donde se identifican las principales fortalezas y debilidades de las PYMES de cuero y calzado.

Sin embargo, en la biblioteca Urania Zelaya Úbeda de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM – Estelí), se cuenta con un estudio de investigación elaborado por González Talavera, Herrera Peralta ,y Romero Pérez (2015), tesis que se titula **“Gestión Administrativa de las MIPYMES del sector cuero y calzado.”**

El objetivo de esta tesis fue determinar la gestión administrativa de las MIPYMES del sector cuero y calzado del distrito I de la ciudad de Estelí y de esta forma implementar una correcta gestión administrativa, para obtener mayores utilidades que les permita invertir las en el mejoramiento de sus controles administrativos, equipos, infraestructura y publicidad para dirigirse a nuevos mercados.

Por lo tanto, la investigación realizada se diferencia de las demás ya que está se enfocará en la educación financiera y su aporte económico en el sector de cuero y calzado del municipio de Estelí.

1.2. Planteamiento de problema

La educación financiera da resultados importantes en la promoción del acceso financiero y la creación de activos. Las personas por lo general tienen muy poco conocimiento y experiencia sobre el manejo de dinero. La asesoría financiera ofrece técnicas básicas a una persona para manejar sus presupuestos, mejorar sus ahorros, administrar sus deudas y riesgos de manera eficiente. (Orozco, 2011).

La necesidad principal de la educación financiera es la difusión de una cultura financiera sana y transparente que permita a los clientes mejorar la administración de sus negocios, les permita ampliar mercados y alcanzar una gestión exitosa.

En Nicaragua no existe todavía una estrategia nacional de educación financiera, y la poca legislación relacionada a la materia está dirigida al consumidor financiero. Sin embargo, existe interés de algunos sectores de la población en promover la educación financiera.

La ciudad de Estelí es conocida por su tradicional industria del cuero, ya que en la ciudad existen excelentes talabarteros elaboran todo tipo de aperos para bestias de montar: Monturas texanas, albardas, albardines, pecheras, fajas, jáquimas cabezales y todos los aperos que necesita un buen jinete para su bestia. Otros talabarteros se dedican a elaborar zapatos de baqueta. (Pastrana, 2009-2011)

Temas como el presupuesto, control de gastos, el ahorro, la inversión, el crédito y el manejo de las deudas deben de estar incluidos de manera tal que se equie a las MIPYMES del sector cuero y calzado con conocimientos y habilidades que les permita tomar decisiones acertadas para el futuro.

Por lo tanto, la importancia del fomento de la educación financiera en las empresas del sector cuero - calzado de las MIPYMES de Estelí radica en los beneficios que se deriva de dicha educación.

Dichos beneficios pueden verse reflejados en la economía en su conjunto; puede promover en los propietarios, las competencias necesarias para tomar decisiones informadas y adecuadas, así como posibilitarlos para que defiendan sus derechos como consumidores financieros en las distintas instituciones.

En este tema de investigación se prevé proponer estrategias financieras a las MIPYMES del sector cuero - calzado de manera que les permita el aprovechamiento de sus recursos económicos de manera eficiente.

1.3. Preguntas problemas

1.3.1. Pregunta directriz

¿De qué manera afecta la Educación financiera al desarrollo económico de las MYPYMES del sector cuero-calzado en Estelí, segundo semestre 2018?

1.3.2. Preguntas problemas

1. ¿Cómo las MIPYMES del sector cuero-calzado realizan la planeación financiera?
2. ¿Qué factores externos e internos afectan la planeación financiera de las MIPYMES del sector cuero y calzado?
3. ¿Qué estrategias de educación financieras pueden aplicar los empresarios de las MIPYMES del sector cuero y calzado para aprovechar mejor sus recursos económicos?

1.4. Justificación

La presente investigación tiene como propósito fundamental identificar el aporte de la educación financiera al desarrollo económico de la pequeña y mediana empresa abordando el sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí.

Se considera importante la orientación de esta investigación porque brindará información a los empresarios del sector cuero y calzado sobre las condiciones en que se encuentran con respecto a su educación financiera y lo que esta aporta a su desarrollo económico.

Por lo tanto, la trascendencia de dicha investigación, así como los resultados que de aquí surjan, mediante la aplicación de herramientas teóricas, metodológicas y prácticas (fuentes de información, instrumentos, encuestas, entrevistas o formularios), contribuirán en la toma de decisiones de los propietarios de los negocios, mejorando e implementado estrategias que ayuden a mejorar el desarrollo económico de este sector.

Además, la gran flexibilidad de sus procesos productivos se adecua de acuerdo a las necesidades del cliente, lo que les permite competir de mejor manera en el entorno nacional, tal importancia ha sido la razón principal para enfocar la investigación en la pequeña y mediana empresa abordando el sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí.

También, que este estudio servirá como base metodológica para la realización de futuras investigaciones y la pronta solución de problemas económicos que acontecen en el sector cuero y calzado reconociendo así el principio de desarrollo social como un eje importante de la misión institucional de la Facultad.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Analizar el aporte de la educación financiera al desarrollo económico de las MYPYMES del sector cuero calzado de Estelí, en el primer trimestre 2019.

2.2. Objetivo específico

- ✓ Caracterizar las MIPYME que integran el sector cuero-calzado.
- ✓ Identificar cómo las MIPYMES del sector cuero-calzado realizan la planeación financiera.
- ✓ Determinar los factores externos e internos afectan la planeación financiera de las MIPYMES del sector cuero y calzado.
- ✓ Proponer estrategias económico-financieras que permitan una buena planeación financiera en las MIPYMES del sector cuero-calzado.

III. MARCO TEÓRICO

Para profundizar en el tema se han determinado cuatro ejes teóricos que guiaran la investigación: MIPYMES, Educación financiera, Planeación financiera, y Estrategias de desarrollo económico – financiera, los cuales se desarrollaran en el presente acápite:

3.1. Empresa

3.1.1. Concepto de empresa

Una empresa es una unidad económico-social integrada por elementos materiales, humanos y técnicos que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicio para esto hace uso de los factores productivos. (Lidion C, 1998)

Según el autor del libro administración de Benavides Pañeda (2004), la empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para revisar una producción socialmente útil de acuerdo a la exigencia del bien común.

Elementos que constituyen una empresa:

Los elementos necesarios para formar una empresa son: Capital, trabajo y recursos humanos.

Capital: El capital es el conjunto de recursos, bienes y valores disponibles para satisfacer una necesidad o llevar a cabo una actividad definida y generar un beneficio económico o ganancia particular, está estrechamente relacionado con el comportamiento de las personas que intervienen en este aspecto. A menudo se considera como a la fuerza de trabajo parte del capital. También el crédito, dado que implica un beneficio económico en la forma de interés, es considerado una forma de capital (capital financiero). (Wikipedia la enciclopedia libre , 2015)

Trabajo: El trabajo es el principal de los elementos productivos, el que con verdad puede llamarse agente, porque hace efectiva la utilidad de las cosas, engendra los capitales y ordena y dirige, en suma, la obra de la producción. Pero el trabajo, aunque es el origen de la riqueza, no siempre la consigue; resulta estéril o improductivo cuando no conoce bien el fin a que se aplica o no maneja con acierto los medios necesarios. Consiste en el ejercicio de nuestras facultades aplicado a la consecución de algún fin racional, y es condición precisa del desarrollo y progreso humanos en todas las esferas. No es, por tanto, todo trabajo económico, sino únicamente aquél que se propone la satisfacción de las necesidades de este orden. (Hurtado, 2007)

Recursos Humanos: Los Recursos Humanos son todas aquellas personas que forman parte de una organización y que ayudan a salga adelante en su actividad diaria. Este concepto hace referencia al trabajo aportado por todas las personas que forman parte de la plantilla o colaboran con la empresa para realizar cualquier tarea relacionada con la compañía. (Emprende PYME, 2016)

3.1.2. Tipos y clasificación de las empresas:

Las empresas pueden ser desde el punto de vista jurídico, propiedad de un solo individuo o varios asociados, pueden ser también sociedades civiles o mercantiles; las primeras son aquellas que tienen un carácter que no es preponderadamente económico, mientras que las segundas tienen como fin fundamental el lucro. Las sociedades empresariales o mercantiles pueden clasificarse según el tipo de producción, capital y número de trabajadores (Benavides Pañeda, Administración, 2004)

El tejido empresarial que mueve la economía está formado por multitud de empresas, compañías y organizaciones de diferentes características que poco tienen que ver unas con otras. Cada una de las empresas realiza una actividad

diferente, poseen plantillas totalmente distintas y se estructuran según sus necesidades.

Sin embargo, es necesario conocer cuáles son los diferentes tipos de empresas y sociedades que existen para saber diferenciarlas y poder saber cómo tenemos que actuar a la hora de gestionar cualquier de ellas. (Emprende PYME, 2016)

Empresas según su tamaño

Según el número de trabajadores y el tipo de estructura que posean podemos diferenciar estos tipos de empresas:

Microempresas: son empresas que tienen hasta un máximo de 10 trabajadores y suelen pertenecer a un único socio que también trabaja para la empresa. Muchas de empresas tienen gran potencial y pueden desarrollarse en empresas más grandes si se invierte en ellas, como es el caso de las startups.

Pequeñas empresas: las pequeñas empresas poseen un número de trabajadores que va desde los 11 hasta los 49. Muchas de estas empresas son negocios familiares y ya poseen una estructura organizacional que deriva en una división del trabajo. Suelen ser empresas rentables e independientes, aunque no poseen grandes recursos financieros y de capital.

Medianas empresas: las pequeñas y medianas empresas son gran parte de la economía y el tejido empresarial. Estas últimas poseen plantillas de entre 50 y 250 trabajadores con una estructura y departamentos organizados que permiten delimitar el trabajo y las responsabilidades.

Grandes empresas: este tipo de empresas poseen más de 250 trabajadores y en la mayoría de ocasiones apuestan en la internacionalización con el objetivo de llevar sus productos por todo el mundo y conseguir mayores beneficios.

3.1.3. Las características que las distinguen a las empresas son:

- Giro: actividad a que se dedica.
- Ubicación: lugar donde se localiza.
- Tamaño: consideración de medida. (Benavides Pañeda, Administración, 2004)

3.1.4. MIPYME

Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales y de exportación, turísticas, artesanales y de servicio, entre otras. (Ley 645, 2008)

Tipos de MIPYMES:

Según la ley 645, artículo 3. Clasificación de la MIPYMES Se clasificarán como micro, pequeña y mediana empresa las personas naturales o jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos. La clasificación de cada MIPYME, en la categoría correspondiente a micro, pequeña y mediana se hará conforme a los parámetros indicados a continuación:

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana
	Parámetros		
Número de Trabajadores	1–5	6–30	31–100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones

Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones
--------------------------------------	-------------------	---------------------	----------------------

Fuente: COSEP (2004)

3.1.5. Pequeña empresa

Iván Thomson (2007) define la pequeña empresa como una entidad independiente creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que lo conforman no excede un determinado límite y como toda empresa, tiene aspiraciones, relaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras, todo lo cual le permite dedicarse a la producción, transformación y prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes de la sociedad.

La pequeña empresa desempeña un papel fundamental en nuestra existencia porque gran parte de nuestra actividad económica personal se realiza en razón de personas que dirigen pequeñas empresas. Pequeña empresa se refiere a negocios que tienen dueños y gerentes locales y casi siempre pocos empleados que trabajan en ese lugar.

Características de la pequeña empresa:

La pequeña empresa tiene determinadas características que la distinguen de otros tipos de empresa (micro, mediana o grande empresa).

Según Jack Fleitman (2000), autor del libro "Negocios Exitosos", las características principales de la pequeña empresa son las siguientes:

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.

-
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
 - Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
 - Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
 - Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
 - Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación. mecanización y tecnificación.

Desventajas de la Pequeña Empresa

Como es natural, paralelamente a las ventajas, la pequeña empresa tiene también sus desventajas, como se detalla a continuación:

- Los emprendedores de pequeñas empresas, en muchas ocasiones, tienen que dejar su empleo para iniciar su empresa o lo hacen cuando sufren un despido; lo cual, implica un cambio drástico no solo en lo económico, sino también en el modo de vida.
- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc.).
- Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos,

capacidad técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.

- Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo. (Thompson, 2007)

Mediana empresa

Thompson menciona que en este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicatos, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados, para ello señala las características y sus desventajas.

Características

- Falta de innovación tecnológica puede deberse a la falta de recursos económicos o por no contar con el espíritu innovador necesario.
- Falta de políticas de capacitación se considera un gasto, no una inversión, al no poder divisar las ventajas a largo plazo que puede generar.
- Organización del trabajo anticuado, cuando un método no funciona más, se mantiene sin analizar si existen otros mejores. Si a estas características intrínsecas que limitan el desarrollo y sustentabilidad de estas empresas, les agregamos los limitantes externos como, por ejemplo, altísimas cargas impositivas y fuentes de financiamientos prácticamente inaccesibles, es por eso que este tipo de empresas tiene tan poca vida.

Desventajas de la mediana empresa

-
- Falta de financiamiento adecuado para el capital-trabajo como consecuencia de la dificultad de acceder al Mercado financiero.
 - Tamaño poco atrayente para los sectores financieros ya que su capacidad de generar excedentes importantes con relación a su capital no consigue atrapar el interés de los grandes conglomerados financieros.
 - Falta del nivel de calificación en la mano de obra ocupada.
 - Dificultades para desarrollar planes de investigación
 - Se le dificulta a la mediana empresa hacer frente a las complicadas y cambiantes formalidades administrativas y fiscales, a las trabas aduaneras, todo lo cual le insume costo de adecuación más alto que las grandes empresas y les dificulta poder mantenerse en el Mercado. (Thompson, Ivan, 2012)

3.1.6. Sector Cuero y calzado

El sector de cuero y calzado reviste importancia estratégica para Nicaragua por la generación de empleo, generación de divisas, la generación de desarrollo empresarial directo y principalmente por su contribución a la reducción de la pobreza.

Así como el ser humano buscó proteger su cuerpo del frío, de la lluvia y de las posibles amenazas que el medio ambiente podía implicar usando ropa, el calzado empezó a usarse desde hace miles de años como un modo de cuidar los pies de cualquier tipo de daño. Esto fue siempre especialmente importante ya que los pies son la parte del cuerpo que más en contacto con la suciedad, la tierra, posibles bichos e insectos y alimañas está, por lo cual mantenerla protegida, abrigada y a resguardo es vital.

El calzado se caracterizó siempre por ser un elemento que se colocaba alrededor del cuerpo o cubriendo su superficie. Mientras en algunas sociedades antiguas se recurría a sandalias y otros tipos simples de calzado, con el pasar de las épocas las

posibilidades se volvieron más complejas y eficaces a la hora de cumplir con sus objetivos. Sin embargo, también es muy importante para un calzado que éste sea cómodo y seguro ya que un calzado pesado, apretado y poco ventilado puede generar el mismo número de complicaciones que su ausencia.

En la actualidad, la belleza y estilo del calzado tiene una importancia casi igual a la que tiene la funcionalidad del mismo. En este sentido, hoy en día podemos encontrarnos con una cantidad infinita de modelos de calzado para cada tipo de espacio, temperatura, actividad y momento del año. Además, cada año nuevos diseños se ponen a la venta en un mercado de consumo masivo que ha dejado de lado, en gran parte, la noción de que el calzado debe servir primordialmente para cubrir y proteger el pie. (Unida Nicaragua Triunfa, 2012)

3.2. Educación Financiera

Se puede definir la Educación Financiera como un proceso en el cual las personas comprenden productos, conceptos y riesgos financieros, que permite desarrollar habilidad sobre las decisiones de los riesgos y oportunidades de crecimiento financiero, para lograr un bienestar económico.

3.2.1. Características de la Educación Financiera

Banco de América Central, Partiendo de las definiciones de la educación de las finanzas personales y de la explicación sobre la importancia de tener una educación financiera como base, se pueden mencionar las siguientes características. (Godínez Torres, 2016)

a. Desarrollar habilidades; es el proceso de desarrollar habilidad para tomar decisiones de inversión.

b. Transmite conocimientos; fortalecer los conocimientos para cimentar la base que permitan de desarrollar habilidades para la toma de decisiones de administración de las finanzas.

c. Elevar el nivel de bienestar; contribuye al bienestar económico y social de los hogares e indirectamente a la economía del país.

3.2.2. Importancia de la Educación Financiera

Desarrollar conocimientos y costumbres en cuanto a manejo de los recursos financieros del hogar que permitan disfrutar de liquidez y solvencia para vivir una verdadera libertad financiera. (Telleria, 2017)

Al nivel internacional, la educación financiera ha sido reconocida como un factor para reducir la exclusión social y desarrollar el sistema financiero. Estos conocimientos constituyen una herramienta indispensable para las personas en edad productiva, debido a que les permite administrar mejor sus inversiones, así como sus ahorros para el retiro.

A pesar de su importancia, en Estados Unidos cuatro de cada diez trabajadores no ahorran para su jubilación lo cual puede dificultar que mantenga el actual nivel de vida durante su vejez.

Para ello, el gobierno y el sector privado han estado promoviendo la cultura del ahorro y la inversión entre los individuos, instruyéndolos en cómo administrar, de manera eficiente, sus recursos y la forma de gastarlos prudentemente a lo largo de su vida. La educación financiera toma un papel importante tanto para los países desarrollados como para aquellos en vías de desarrollo.

“A pesar de que los primeros cuenten con un mercado financiero maduro, donde la población posee una mayor educación, se observa que los consumidores desconocen cómo diversificar el riesgo y no invierten en aquellas alternativas que les permitirían obtener un mayor rendimiento”.

Por ejemplo, en Japón, un reciente estudio realizado por la universidad de Osaka reveló que 71% de los encuestados carecía de conocimientos sobre bonos y acciones, acerca de los productos financieros en general (57%) y sobre seguros y pensiones (29%). Asimismo, en Australia 37% de los individuos que tenían inversiones no comprendía que su valor podía fluctuar, y aunque 67% indicó entender el concepto de interés compuesto, cuando se le pidió resolver un problema utilizándolo, solo 28% demostró tener un buen nivel de comprensión. (Telleria, 2017)

La educación financiera permite a las personas mejorar su comprensión de los productos y conceptos financieros, y desarrollar las habilidades necesarias para mejorar su alfabetización financiera. Por ejemplo, estar consciente de los riesgos y oportunidades financieras y tomar decisiones informadas en su elección de servicios financieros. (Telleria, 2017)

3.2.3. Factores asociados a la falta de educación financiera

La falta de educación financiera se asocia con el nivel socioeconómico, el género, la edad, el nivel de escolaridad, factores culturales y otros aspectos ligados a la raza o la etnia de pertenencia de los individuos. (Raccanello & Herrera Guzman , 2014)

En relación con el nivel socioeconómico, se observa que las personas con mayores ingresos tienen más conocimientos en finanzas y una actitud positiva en cuanto al ahorro, a diferencia de aquellos que cuentan con menores ingresos.

Un mayor ingreso se relaciona con un mayor ahorro debido a que es más fácil cubrir las necesidades básicas, y también con la necesidad de administrar estos recursos, lo cual favorece el hecho de recurrir a los productos financieros y, por ende, a un aprendizaje basado en el uso de los mismos.

En la actualidad, persisten las diferencias entre géneros en cuanto al nivel de educación que poseen, y en lo que concierne a la educación financiera la situación es similar. En la mayoría de los países, las mujeres tienen menores conocimientos

financieros respecto a los hombres, posiblemente porque utilizan menos los productos financieros. (Orozco , Confidencial , 2011). De hecho, según Lycette y White (1989), las barreras que enfrentan las mujeres para acceder al mercado financiero formal consisten en:

- 1) La falta de colaterales.
- 2) Altos costos de transacción.
- 3) Un bajo nivel educativo y falta de familiaridad en los procedimientos administrativos.
- 4) Una escasa educación financiera que no permite la comprensión de los productos, por lo cual no se perciben sus beneficios.
- 5) La existencia de barreras sociales y culturales.
- 6) El giro de los negocios en los cuales se desempeñan las mujeres.

También es evidente un patrón acorde con la edad. Esta correlación se debe a que las personas adultas tienen una mayor experiencia en el uso de productos y servicios financieros. No obstante, los jóvenes y los mayores de 60 años resultaron tener grandes deficiencias en cuanto a los conocimientos básicos de finanzas.

Cabe mencionar que, a pesar de que mayores niveles educativos están correlacionados positivamente con mayores conocimientos financieros, incluso para los niveles más altos de escolaridad el grado de educación financiera tiende a ser bajo. Por esta razón, la escolaridad de un individuo puede no ser un buen indicador de su nivel de educación financiera.

3.2.4. Consecuencias de la falta de educación financiera

De acuerdo con la OCDE, el nivel de educación financiera de un individuo puede medirse según sus conocimientos en el ámbito de las finanzas, tales como la realización de presupuestos, la administración del dinero, la planeación en el corto

y largo plazos, y la elección de los productos financieros que le otorguen un mayor beneficio. (Raccanello & Herrera Guzman , 2014)

La medición de la educación financiera permite identificar las áreas más débiles de los usuarios y, por parte de los gobiernos, desarrollar políticas y estrategias enfocadas a las necesidades del público, con la finalidad de alcanzar mayores niveles de inclusión financiera. (Atkinson & Messy, 2012)

Un estudio realizado por la OCDE a finales de 2010, para medir el nivel de educación financiera al nivel global, encontró que, en cuanto a los conocimientos de la población, un porcentaje muy alto de los encuestados carecía de las bases mínimas necesarias en materia financiera, ya que no pudo calcular el interés sencillo en una cuenta de ahorros a lo largo de un año, y luego identificar el impacto del interés compuesto en cinco años

La falta de conocimiento sobre los productos y los servicios financieros que se ofrecen en el mercado formal se refleja en que cada vez un mayor número de individuos recurre al sector financiero informal. En 2010 se estima que, en Estados Unidos, el porcentaje de usuarios de este sector se ha incrementado 10%, de los cuales 34% reconoce que hizo uso de productos y servicios financieros con altas de tasas de interés, desconociendo que tenían la posibilidad de recurrir a fuentes tradicionales de crédito con condiciones más favorables.

El hecho de no poder abstenerse de realizar una compra, pedir prestado para llegar a fin de mes o no pagar las cuentas a tiempo, aunque parece resolver un problema de corto plazo, en realidad lo pospone y repercute en el bienestar de largo plazo. Esto se debe a un doble efecto: por un lado, la caída en el ahorro frente a un mayor consumo y, por otro, a un incremento de la deuda por concepto de intereses de financiamiento, intereses moratorios y otras comisiones.

Aun en los países desarrollados, solo unas cuantas personas participan de forma activa e informada en el mercado financiero. En Estados Unidos, la mayoría de la

población no realiza una comparación entre las alternativas disponibles en cuanto a productos y servicios financieros para tomar una decisión de inversión. Prueba de ello está en que 61% de los que tienen tarjetas de crédito no había investigado o comparado información sobre tarifas y condiciones al contratarlas.

En este mismo país, un porcentaje importante de los individuos no tiene un manejo balanceado de su presupuesto mensual, ya que 36% manifiesta que los ingresos solo alcanzan para cubrir los gastos, mientras que para 19% los gastos los rebasan, lo cual favorece una espiral de endeudamiento. Asimismo, debido a que solo 40% de los estadounidenses ahorra de manera precautoria, un horizonte de planeación que privilegia el corto plazo reduce la capacidad de los agentes para poder enfrentar alguna contingencia económica en el mediano y largo plazos.

3.2.5. Beneficios de la educación financiera

Los beneficios que ofrece la educación financiera son considerables, tanto para la economía de cada individuo como para la economía nacional. En el plano individual, la educación financiera contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas, ya que proporciona herramientas para la toma de decisiones relativas a la planeación para el futuro y a la administración de los recursos, así como información pertinente y clara que da lugar a un mayor y mejor uso de los productos y servicios financieros.

Así, los usuarios con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.

Nunca es demasiado tarde ni demasiado temprano para mejorar su educación financiera. En realidad, si evita cometer grandes errores y pone en práctica algunas de las cosas más básicas, quizás controle su futuro financiero sin sentir tanta ansiedad. (Sanchez, 2017)

3.2.6. Inclusión financiera

La inclusión financiera es un punto referente para considerar una posición de avance, necesidad y oportunidad de los países; la relevancia que tiene la educación financiera, tanto en países que ya han de servir de modelo y tienen amplia experiencia, como los que se están preparándola y aplicándola.

La información publicada por el Banco Mundial, por primera vez en 2011, proporciona indicadores del crecimiento y comparativos de qué hace la gente en todo el mundo en temas para ahorrar, pedir préstamos, hacer pagos y gestionar el riesgo. (Polania , Suaza Nivia, Arevalo Fierro, & Gonzalez , 2016)

Las iniciativas de la educación financiera se convierten en espacios para poder desarrollar habilidades y para la creación de oportunidades, sin embargo, hay que tener en cuenta que hay cierta población más vulnerables y excluida.

Los estados deben velar para que las relaciones entre instituciones y la población se basen en la confianza, el aumento de la autoestima, construir sobre los conocimientos locales y centrarse no sólo en el acceso a los servicios financieros, sino conectar estos también al desarrollo de medios de vida sostenibles. (Polania , Suaza Nivia, Arevalo Fierro, & Gonzalez , 2016)

3.2.7. La formación financiera como instrumento de desarrollo

Aunque se conoce muy poco de esto, la educación financiera da resultados importantes en la promoción del acceso financiero y la creación de activos. Las personas por lo general tienen muy poco conocimiento y experiencia sobre el manejo del dinero; sin embargo, el costo de la inversión es más alto que ahorrar el dinero.

La asesoría financiera ofrece técnicas básicas a una persona para manejar sus presupuestos, mejorar sus ahorros, y administrar sus deudas y riesgos de manera eficiente. Esto típicamente aumenta la independencia financiera. Hay muchos ejemplos de educación financiera, pero lo importante es diseñar un método educativo que busque formar, informar y bancarizar o cooperativizar a una persona en un corto plazo.

La estrategia formativa crea lealtad y fidelidad de manera tal que garantiza un mayor acercamiento a la institución, tanto en confianza como en transacciones financieras. (Orozco, Confidencial , 2011)

3.3. Planeación Financiera

La planificación financiera es el proceso de elaboración de un plan financiero integral, organizado, detallado y personalizado, que garantice alcanzar los objetivos financieros determinados previamente, así como los plazos, costes y recursos necesarios para que sea posible.

Este concepto nació en Estados Unidos a principios de los años 70, como respuesta a la necesidad de tener en cuenta todos los aspectos que pueden influir en las finanzas de un sujeto, sea éste persona o empresa. (ANDBANK, 2015)

La planeación financiera es un proceso mediante el cual se evalúa la situación de una empresa en relación a sus activos líquidos y las necesidades financieras. En otras palabras, la planeación financiera define el rumbo que tiene que seguir una organización para alcanzar sus objetivos estratégicos mediante un accionar armónico de todos sus integrantes y funciones. Su implantación es importante tanto a nivel interno como para los terceros que necesitan tomar decisiones vinculadas a la empresa (como la concesión de créditos, y la emisión o suscripción de acciones).

Es necesario aclarar que la planeación financiera no sólo puede hacer referencia a ciertas proyecciones financieras que arroje los estados financieros de resultados y

balances de un determinado indicador, sino que también comprende una serie de actividades que se desarrollan a diversos niveles: nivel estratégico, nivel funcional y nivel operativo de una empresa. (Perez Porto & Gardey, 2008)

3.3.1. Pasos para establecer una buena planificación financiera

Paso No. 1: Defina sus objetivos

Sin objetivos definidos los esfuerzos por tener una buena gestión del dinero son en vano. Por lo que, es necesario establecer cuáles son esas cosas que se quieren alcanzar y que ello sea la base que sustente la planificación financiera.

Paso No. 2: Evalúe su realidad financiera actual

Luego de tener una claridad de hacia dónde se dirige (objetivos) es necesario estar consciente de con qué cuenta y qué le hace falta. Para ello se invita a las personas a hacer una evaluación de cuál es su realidad financiera.

Esto es saber:

- ¿Cuánto tiene disponible en bienes o en efectivo y valores?
- ¿Cómo está distribuida, en caso de tenerla, su estructura de deudas?
- ¿Cuáles son los compromisos fijos?

Las respuestas a estas tres preguntas le permitirán tener una panorámica de cuál es su situación económica corriente y la manera más idónea para solventarla.

Paso No. 3: Establezca un plan de acción y la estrategia

El tercer paso representa la maqueta financiera. Es el momento en el que hay que establecer un mapa de ruta de lo que se quiere lograr y la manera en que se va a llevar a cabo.

Es importante resaltar que este paso es determinante a razón de que aquí se resume todo lo que se va a hacer para alcanzar la meta planteada; por lo tanto, en

la medida de lo posible, se debe ser específico y detallista tanto en el plan como en la estrategia que se vaya a utilizar.

Paso No. 4: Ejecute el plan

Lo más importante en todo lo planteado es la ejecución del plan. La manera en que se hace realidad aquello que se planeó, y en esta etapa es que, por lo general, las personas tienden a desmayar, porque inicialmente se presentan muchos bríos y esto van de la mano con el ímpetu natural de alcanzar su meta.

Sin embargo, la clave en todo esto es el apego al plan al pie de la letra y la disciplina para mantener su curso.

A todo esto, la planificación no es una camisa de fuerza inamovible. Todo lo contrario, los objetivos son el principio que marca la pauta para los ajustes que se vayan a hacer. Es decir, en la medida en que se vayan logrando entonces el plan va viento en popa, de lo contrario es necesario identificar cuáles aspectos deben ser modificados para obtener el éxito.

3.3.2. Importancia de la Planeación Financiera:

La importancia de la planificación financiera en la toma de decisiones está en que esta le permite tener una perspectiva o panorámica de los elementos que inciden en los diferentes escenarios para tener mayores elementos de juicio a la hora de elegir un sendero determinado. (Ortiz Gonzalez , 2015)

Permite crear escenarios en donde se contemplen las diferentes realidades, y el abordaje adecuado que logre extraer el mayor beneficio posible. A todo esto, la clave de la planificación financiera se resume en la disciplina. Ya que, sin esta, ante alguna realidad no contemplada y que pueda parecer apetecible, la persona puede sucumbir ante algo que no necesariamente es lo adecuado. Por lo tanto, en la medida en que la disciplina forme parte de todo el engranaje de la planeación financiera entonces todo será más viable para tomar decisiones certeras.

3.3.3. Factores externos e internos del riesgo financiero (Planeación Financiera)

El riesgo financiero se refiere a los riesgos que las empresas corren cuando hacen inversiones, planifican para el futuro y llevan a cabo las operaciones del día a día. Todas las empresas corren un cierto riesgo en la toma de decisiones financieras. Algunos de estos riesgos son externos, en función de factores externos y las decisiones tomadas por otras organizaciones y consumidores. Otros riesgos son internos y enfrentan la posibilidad de que las estrategias y acciones que eligen los líderes de negocios puedan tener efectos negativos en las operaciones. (Lacoma, 2018)

Es esencial, en todos los ámbitos, defender la estabilidad financiera. En este sentido, la gestión de riesgos es fundamental para mantener la capacidad operativa y la solvencia. Una buena muestra son las acciones destinadas a obtener financiación, un procedimiento habitual que se resuelve con más eficacia y seguridad cuando se buscan soluciones claras, transparentes y sin sorpresas en el coste real.

¿Qué es un factor de riesgo financiero?

Son factores de riesgo de un proyecto o actividad aquellos elementos de inestabilidad que pueden perjudicar los resultados operativos y generar, como consecuencia, una carga financiera más elevada. Los autónomos y pymes deben gestionar lo mejor posible los componentes externos e internos para reducir su exposición a las posibles contingencias. (Circulantis, 2018).

¿Cuáles son los factores internos?

En el caso de factores de riesgo interno se habla de aspectos que forman parte del operativo general de una empresa y son consecuencia de las decisiones que ésta toma. Los más serios son:

- **Falta de liquidez:** El control de la tesorería es una tarea clave. La falta de previsión en el equilibrio presupuestario puede incidir en un descenso de liquidez que ponga en peligro la solvencia de la empresa y su futuro.

La liquidez es simplemente que tan fácil que es para una empresa convertir los valores en dinero en efectivo. El efectivo es el tipo más líquido de fondo, pero también hace la menor cantidad de dinero. Las empresas deben equilibrar la cantidad de dinero que tienen para emergencias con valores menos líquidos, como bonos o acciones.

- **Errores en la estrategia:** Una mala planificación operativa mermaría la posición competitiva con incidencia en el valor de los activos y recursos.
- **Gestión comercial:** Asegurar clientes de calidad y gestionar con agilidad el cobro de las facturas es una fórmula potente para reducir los riesgos comerciales y reforzar las ventas.

Para no perder fortaleza financiera es necesario centrarse en tres objetivos: evaluar bien los proyectos de inversión, disponer de buena información para anticiparse al futuro y acceder a fuentes de financiación más diversificadas para asegurar la mejor solución para cada necesidad. (Circulantis, 2018)

IV. Estrategias económicas-financieras

Una estrategia se define como el conjunto de acciones determinadas para alcanzar un objetivo específico. En este concepto se involucran elementos de reflexión y análisis muy importante. En primer lugar, al hablar de un conjunto de acciones, abrimos un abanico de posibilidades, por las numerosas actividades que se pueden llevar a cabo. En segundo lugar, cuando queremos alcanzar un objetivo implicamos que estas acciones deben ser tan específicas que logren los objetivos planteados. (Fernández Valiñas, 2007)

Según **Benavidez (2004)** en su libro de “Administración”, explica que la planeación estratégica es el conjunto de acciones en el presente que hace una institución con el objeto de lograr resultados a futuro, que le permitirán una toma de decisiones de la mayor certidumbre posible, una organización eficaz y eficiente, que coordine esfuerzo para ejecutar las decisiones, dándoles el seguimiento correspondiente. Se debe planear buscando atender la solución de la problemática identificada.

Objetivo de un análisis FODA

Para Gan Bustos y Triginé (2012), el principal objetivo de un análisis DAFO es ayudar a una organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas. A continuación, describe cada una de las siglas de FODA

Fortalezas

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente. Describe los recursos y las destrezas que ha adquirido la empresa, ¿en qué nos diferenciamos de la competencia?, ¿qué sabemos hacer mejor?

Oportunidades

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas. Describen los posibles mercados, nichos de negocio... que están a la vista de todos, pero si no son reconocidas a tiempo significa una pérdida de ventaja competitiva.

Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, Describe los factores en los cuales poseemos una posición desfavorable respecto a la competencia.

Amenazas

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. Describen los factores que pueden poner en peligro la supervivencia de la organización, si dichas amenazas son reconocidas a tiempo pueden esquivarse o ser convertidas en oportunidades.

4.1.1. Sistema Educativo y Estrategias diferenciadas

El sistema educativo es muy importante para llegar a la población de un estado, por lo tanto, el gobierno ha incluido la educación financiera dentro de las agendas de política pública y a los currículos escolares, la integración de los sistemas formales de educación; a través de Instituciones educativas, la Superintendencia, las entidades bancarias, diseñando materiales educativos, herramientas e incentivos para su desarrollo.

V. Hipótesis

5.1. Hipótesis de investigación

La Educación financiera aporta positivamente en el desarrollo económico de las MIPYMES de cuero y calzado en la ciudad de Estelí.

Variable dependiente

- Desarrollo Económico MIPYMES.

Variable independiente

- Educación Financiera.

VI. Cuadro de operacionalización de variables.

Objetivos	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
Caracterizar las MIPYME que integran el sector cuero-calzado.	Empresas	Son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales,	Elementos	<ul style="list-style-type: none"> • Capital • Trabajo • Recursos humanos 	Encuestas	Propietarios de los negocios de cuero-calzado
			Tipos de empresas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de sociedad • Formas propiedad • Microempresa • Pequeña empresa • Mediana 		
			Propósitos	<ul style="list-style-type: none"> • De capital o inversión • De producción • Sociales 		

Objetivos	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
		agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales y de exportación, turísticas, artesanales y de servicio, entre otras.	Características	<ul style="list-style-type: none"> • Organización del trabajo • Mercado al que abastece • Tipo de competencia • Tipo de mano de obra. 		
			Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> • Capital propio • Capital ajeno 		
Identificar cómo las MIPYMES del sector cuero-calzado realizan la planeación financiera.	Planeación financiera	Es el proceso de elaboración de un plan financiero integral, organizado, detallado y personalizado, que garantice	Pasos para una buena planeación financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Definir objetivos. • Evaluar la realidad Financiera actual. • Establecer un plan de acción y estrategia. • Ejecutar plan. 	Encuestas	

Objetivos	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
		alcanzar los objetivos financieros determinados previamente, así como los plazos, costes y recursos necesarios para que sea posible.				
Determinar los factores externos e internos afectan la planeación financiera de las MIPYMES	Planeación financiera	La planeación financiera es un proceso mediante el cual se evalúa la situación de una empresa en relación a sus activos líquidos	Factores externos	<ul style="list-style-type: none"> • De mercado • De crédito • Legales y normativos • Sistémicos 	Encuestas	

Objetivos	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
del sector cuero y calzado.		y las necesidades financieras.				
			Factores internos	<ul style="list-style-type: none"> • Liquidez • Estrategia financiera • Gestión comercial 		
	Educación financiera	Es un proceso en el cual las personas comprenden productos, conceptos y riesgos financieros, que permite desarrollar habilidad sobre	Factores asociados a la falta de educación financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel socioeconómico • Género • Edad • El nivel de escolaridad Factores culturales 		

Objetivos	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
		las decisiones de los riesgos y oportunidades de crecimiento financiero, para lograr un bienestar económico.				
Proponer estrategias económico-financieras que permitan una buena planeación financiera en las MIPYMES del sector cuero-calzado	Estrategias	Una estrategia se define como el conjunto de acciones determinadas para alcanzar un objetivo específico.	FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalezas • Oportunidades • Debilidades • Amenazas 	Encuestas	

VII. Diseño Metodológico

El diseño metodológico de la investigación se estructura de la siguiente manera:

7.1. Tipo de estudio.

- **Según la finalidad de investigación**

Esta investigación es aplicada, debido a que se obtendrá la información partiendo de la implementación de instrumentos de recolección de datos a una población real con empresarios del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí.

La investigación aplicada busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto. (CienciAmerica, 2017)

- **Según el alcance temporal**

Según el nivel de amplitud el estudio será de corte transversal simple ya que es de corto plazo, y solo se abarcará el primer trimestre 2019.

- **Según su carácter de medición**

Según el enfoque filosófico esta investigación es cuantitativa, porque se considera el uso de datos estadísticos para el procesamiento y análisis de la información, a fin de establecer relación de causa y efecto entre las variables.

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué

tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. (Sisinternational, 2017)

7.2. Métodos de la investigación

- **Inductivo**

Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma clase. (Perez Porto & Merino, Definicion.DE, 2012)

Este método propuso un camino que condujera a ordenar la observación de los fenómenos estudiados para colocar las conclusiones de carácter general y teórico de esta manera hacer un análisis para registrar y clasificar ideas que permitieran clasificar las variables dependientes e independientes.

- **Deductivo**

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. El método deductivo logra inferir algo observado a partir de una ley general Esto lo diferencia del llamado método inductivo, que se basa en la formulación de leyes partiendo de los hechos que se observan. (Perez Porto & Merino, Definicion.DE, 2012)

Este método aspira a demostrar mediante la lógica, una conclusión a partir de premisas, de manera que se garantiza la veracidad de estas.

Paradigmas de la investigación

Sobre la base a los supuestos anteriores, la presente investigación se orienta por el paradigma positivista, al adquirir un conocimiento relativo de las variables de estudio a partir de la percepción de la realidad observable empleando métodos, técnicas y teorías para obtener datos pertinentes al objeto de investigación, que en su cuantificación y análisis permitan determinar la naturaleza del problema a fin de generar respuestas validas, para responder así, a las interrogantes planteadas.

7.3. Universo

El universo del estudio serán 13 MIPYMES de Cuero y calzado de la ciudad de Estelí según datos brindados por la Alcaldía.

7.4. Caracterización de la ciudad de Estelí

El municipio de Estelí fundado en 1685 es la cabecera del departamento que lleva su mismo nombre y sus límites se ubican: al norte con el Municipio de Condega, al sur con San Nicolás y La Trinidad, al este con San Sebastián de Yalí y la Concordia, al oeste con San Juan de Limay, El Sauce y Achuapa.

La extensión territorial es de 795.67 Km² y el casco urbano se encuentra ubicado a 148 Km. al norte de la capital Managua, en una altitud de 843.97 metros sobre el nivel del mar. Del total de la extensión territorial 13.59 km² corresponden al casco urbano donde se ubican 69 barrios agrupados en 3 distritos; el resto del territorio es la zona rural integrada por 86 comunidades y 15 comarcas aglutinadas en 5 sub-zonas rurales.

Estelí es atravesado por la carretera panamericana y cuenta con caminos de todo tiempo que se comunican con los municipios vecinos tales como: La Concordia, San Sebastián de Yalí, Achuapa, El Sauce y San Juan de Limay, Pueblo Nuevo y San Nicolás de Oriente, Asimismo, la ciudad es paso obligado para el resto del territorio

que conforman el departamento y municipios de Nueva Segovia y Madriz, potenciando a Estelí como principal centro de prestación de servicios y de desarrollo de actividades comerciales del norte del país, y a la vez, en un centro de comunicación con países centroamericanos principalmente con Honduras. (Alcaldía de Estelí, 2018)

7.5. Muestra

Tamaño de la muestra:

El tamaño de la muestra serán las 13 talabarterías ubicadas en la ciudad de Estelí, según Wonnacott y Wonnacott (1989), explican en su libro "Fundamentos estadístico para la administración y economía" que cuando la población es pequeña se le llama "muestreo de población pequeña", por lo tanto, el resultado de la muestra se convierte en censo; para lo cual se tendrá el 100% de confiabilidad.

También se consultó a Lic. Alvir Videa, quien explicó que al tener una muestra pequeña la misma se convierte en censo.

Los criterios para la selección de los encuestados son los siguientes:

- Que sean propietarios de la empresa.
- Que el administrador pueda brindar información en caso que el propietario lo delegue.
- Años de experiencia en la actividad económica de la Talabartería.

7.6. Técnicas de Recolección de Información

Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizan para obtener datos precisos de las personas encuestadas.

7.7. Etapas de investigación.

Etapa I: Investigación documental:

En esta fase se determinó el problema objeto de estudio de acuerdo a las líneas de investigación proporcionadas por la facultad, se llevó a cabo una serie de procesos o métodos para la obtención de información, donde se hizo uso de instrumentos investigativos como libros e internet.

Para la elaboración del marco teórico se inició con una revisión documental y de sitios web donde se identificó, se extrajo y recopiló la información existente sobre el tema, que nos proporcionara más conocimiento para desarrollar nuestra investigación conforme a las indicaciones asignadas.

Etapa II: Elaboración de los instrumentos

En esta etapa se elaboraron instrumentos que se utilizaron en la investigación, en el caso de las encuestas dirigidas a los propietarios de las MIPYMES de cuero y calzado de la ciudad de Estelí, para recolectar la información y de esta manera cumplir con los objetivos e indicadores de la investigación.

Etapa III: Trabajo de Campo

En esta etapa se procedió al levantamiento de la información a través de las encuestas aplicadas a las 13 MIPYMES del sector cuero-calzado de acuerdo a la muestra encontrada.

Esta fase consistió en profundizar el enfoque teórico, se revisaron los conceptos variables y las hipótesis, así como preguntas de investigación. se procedió a elaborar los instrumentos de levantamiento de información y posteriormente se aplicó a la muestra seleccionada.

Etapa IV: Elaboración del informe Final

En esta fase se procesaron todos los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a los propietarios de las MIPYMES del sector cuero-calzado utilizando el programa SPSS versión 22 logrando tabular datos de análisis de los mismos.

Se verifico y analizo la información obtenida al elaborar las encuestas, con los datos recolectados, se pasó al proceso de elaboración de estrategias que ayuden al desarrollo económico de las empresas de cuero-calzado de Estelí. El alcance de la investigación permitió describir, relacionar, y explicar el fenómeno planteado.

VIII. ANALISIS DE RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos por cada pregunta de la encuesta, así como una explicación y comentario sobre las preguntas y las respuestas de los encuestados, se ha diseñado teniendo en cuenta lo siguientes aspectos y criterios:

8.1. Caracterización de las MIPYMES del sector cuero y calzado

En los años 60-70 la industria de cuero y calzado actuó sola, sin ningún programa que apoyará su desarrollo, en los años 80 con la guerra y el bloqueo, el desarrollo industrial se paralizó.

En los años 90, se da inicio a la desgravación arancelaria que desprotege a la industria nacional, como consecuencia de una política de apertura comercial, esto conlleva a una reconversión industrial, la cual no se dio en la rama cuero y calzado en su momento, por falta de una política crediticia que facilitará el acceso al crédito con intereses blandos y garantías razonables.

Estelí por su diversidad ha sido nombrada de muchas formas, como "EL Diamante de las Segovias", "La Ciudad del Muralismo", "Ciudad del Turismo y del Tabaco". Esta vez los propietarios de las talabarterías y zapaterías se están encargando de nombrarla también como ciudad del cuero por la producción de distintos artículos de cuero que la hacen diferente entre otras ciudades de Nicaragua.

Según la información recopilada de diferentes artesanos de la industria del cuero y calzado de esta ciudad, la excelentísima producción de botas tubas, fajas, sillas de montar, todos elaborados con puro cuero hacen resaltar a este sector en las ferias que se celebran en la capital, departamentos y en países internacionales.

8.1.1 Antigüedad de las MIPYMES

Las MIPYME del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí, tienen varios años de estar operando en el mercado, entre ellas se destacan: la MIPYME Calzado Galaxia, Calzado Sirios, talabartería la fe y Calzado Arauz.

El resto de las talabarterías tienen de estar funcionando de 9 a 25 años, esto nos indica que a pesar de las dificultades que enfrentan como es la falta de capital de trabajo, maquinaria obsoleta, materias primas de baja calidad, entre otros, han logrado sostenerse en el mercado.

**Tabla 1 : Antigüedad del negocio
Cuantos años tiene de producir su negocio**

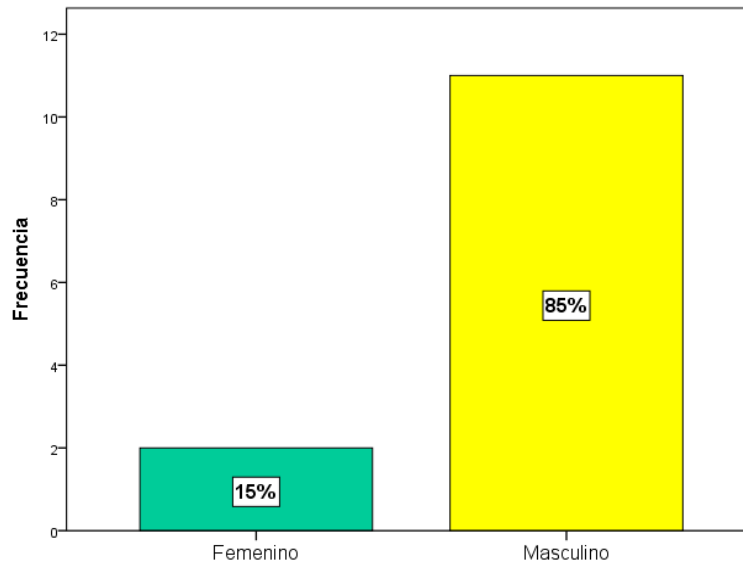
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 1 a 5 años	2	15,4	15,4	15,4
De 6 a 10	7	53,8	53,8	69,2
De 11 a mas	4	30,8	30,8	100,0
Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

8.1.2 Sexo de encuestado

El sexo más predominante en las MIPYMES del cuero y calzado de Estelí fue el masculino con 85% mientras que el femenino con un 15%. Lo que significa que la mayoría de los dueños de negocios son hombres, porque al trabajar con este tipo de material requiere de un mayor esfuerzo por lo que generalmente la mayoría de las mujeres no estarían adaptadas a este tipo de oficio.

Gráfica 1 sexo del encuestado



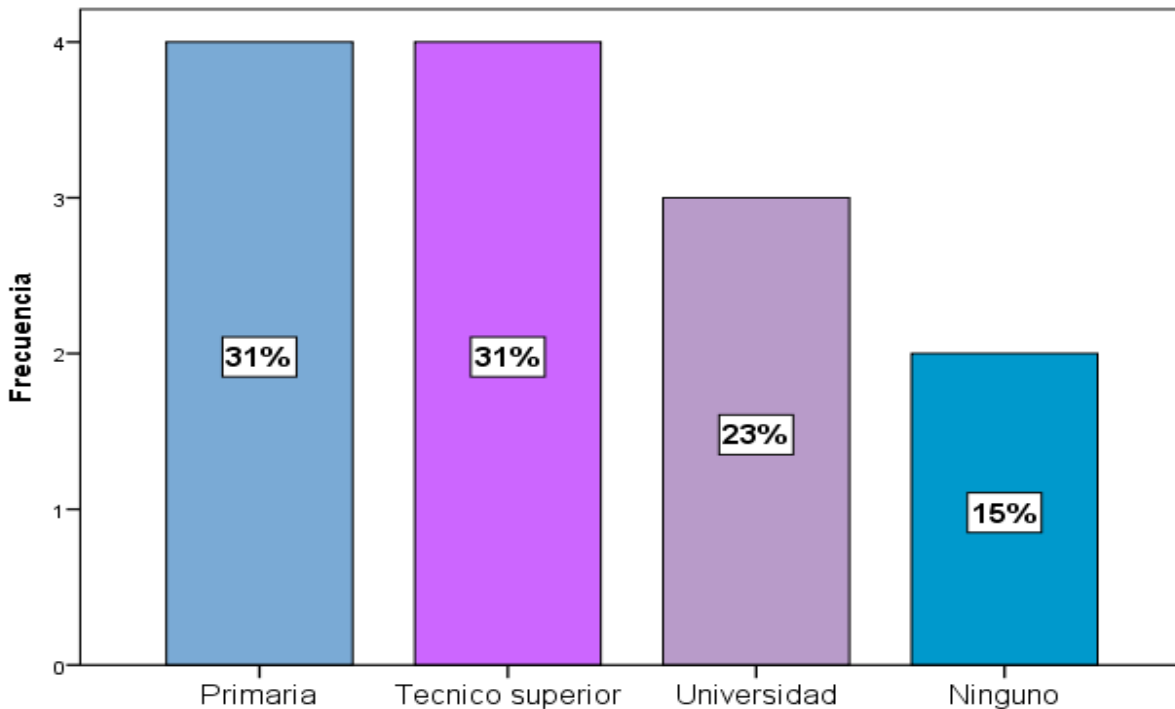
Fuente: Elaboración Propia

8.1.3 Nivel de escolaridad alcanzada por los propietarios

El nivel académico alcanzado por los propietarios de las MIPYMES del sector cuero y calzado oscila entre primaria y técnico superior con un 31% en ambas, mientras que un 23% corresponde al grado universitario y el 15% no tiene ningún nivel académico por lo cual indica que hay una parte pequeña que no posee con la educación necesaria para manejar apropiadamente la empresa.

Pero la mayoría de los propietarios tienen conocimientos básicos de cómo manejar de manera apropiada sus negocios.

Gráfica 2 Nivel Académico del propietario.



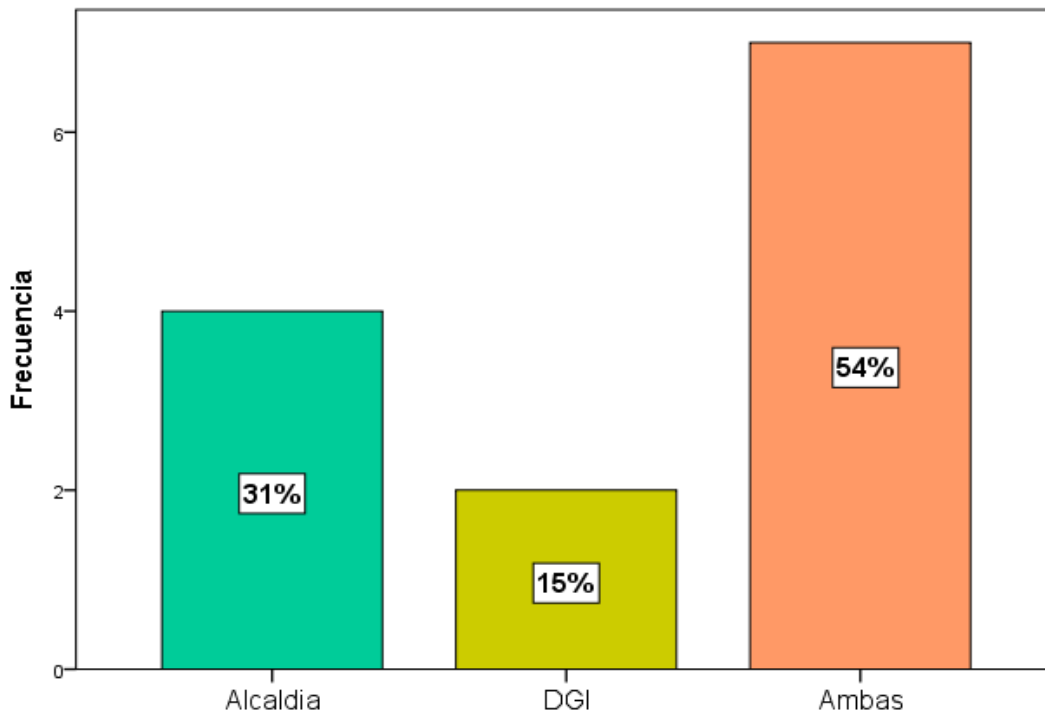
Fuente: Elaboración Propia

8.1.4 Legalidad de las empresas

Como puede ver en el gráfico No.3, el 31% de las MIPYMES están legalmente inscritas en la Alcaldía, el 15% en la DGI, y el 54% están registradas en ambas instituciones.

Esto significa, que para las MIPYMES que no están inscritas en ambas instituciones presentan una limitante a la hora que deseen exportar sus productos; ya que es un requisito estar inscritas en ambas instituciones (Alcaldía y DGI) para poder inscribirse en el Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX).

Grafica 3 En que está inscrito el negocio

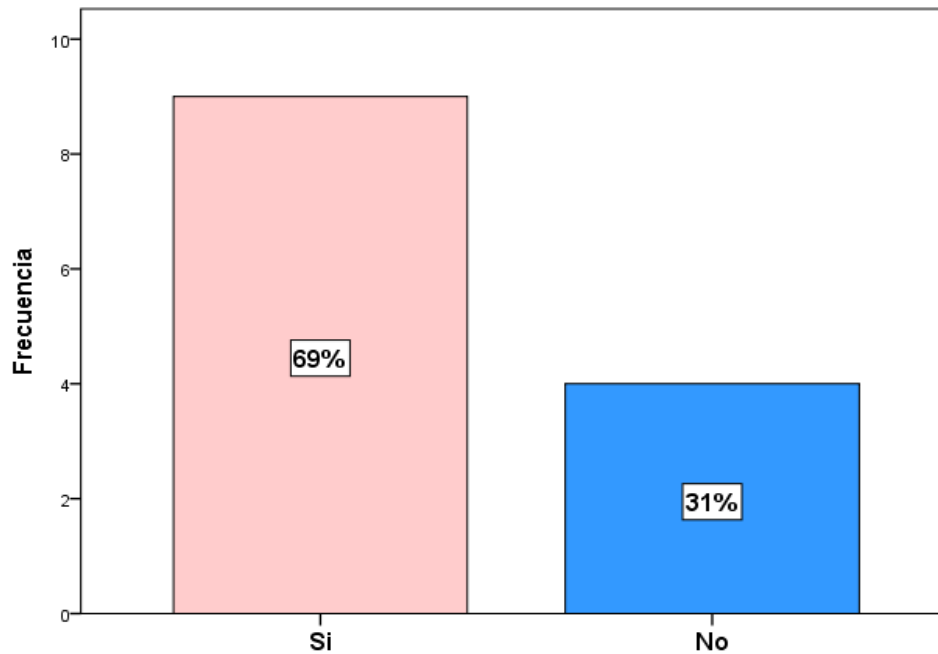


Fuente: Elaboración Propia

8.1.5 Infraestructura

De acuerdo a la información recolectada el 31 % de los dueños de las MIPYMES del sector cuero y calzado no posee infraestructura propia por lo que tienen que alquilar locales en el centro de la ciudad para poder comercializar sus productos, esto conlleva a que los costos de producción sean mayores, en cambio el 69% restante posee infraestructura propia debido a que sus negocios están establecidos en sus hogares como se aprecia en el gráfico N°.4

Grafica 4 Infraestructura del negocio



Fuente: Elaboración Propia

8.2 Identificar como las MIPYMES del sector cuero y calzado realizan la planeación financiera.

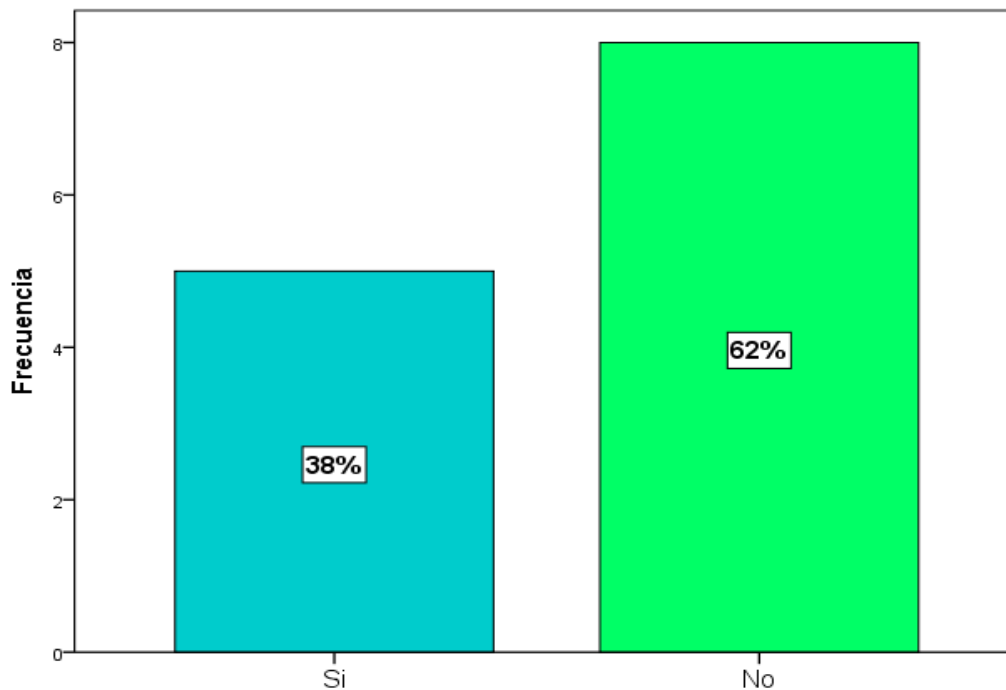
8.2.1 Conocimiento sobre Educación Financiera:

Al preguntarles a los propietarios de los negocios de cuero y calzado si habían escuchado sobre educación financiera el 38% indicaron que si sabían sobre el termino mientras que el 62% restante no ha escuchado o no tiene conocimiento de que trata la educación financiera.

Lo que significa que la mayor parte no tiene conocimientos adecuados acerca del manejo de sus finanzas, que lo lleva a ser una limitante para un buen desarrollo

económico, tanto para la empresa como el propietario. Ya que, sin un manejo adecuado de sus recursos de producción y económicos conlleva a un mal funcionamiento y coordinación de dicho negocio.

Gráfica 5 Ha escuchado hablar sobre educación financiera



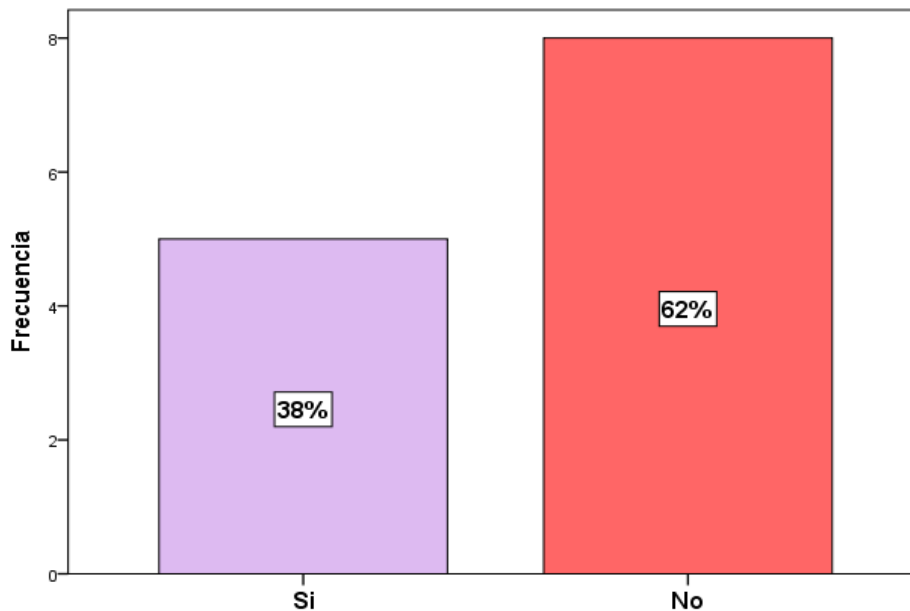
Fuente: Elaboración propia

8.2.2 Cuenta con un manual de funciones:

Cuando nos referimos a un manual de funciones hablamos de las normas y tareas que desarrolla cada funcionario en las diferentes actividades de la empresa, lo cual obtuvimos como resultados que el 38% de las empresas cuentan con un manual de funciones que los ayuda a realizar de forma adecuada cada una de sus actividades y que aporta a la toma de decisiones que beneficien el desarrollo económico de las mismas.

Mientras que el 62% de los negocios restantes no cuentan con un manual de funciones lo que significa que no tienen un orden a la hora de realizar sus actividades y que perjudican el desempeño funcional del negocio.

Gráfica 6: Cuenta con un manual de funciones

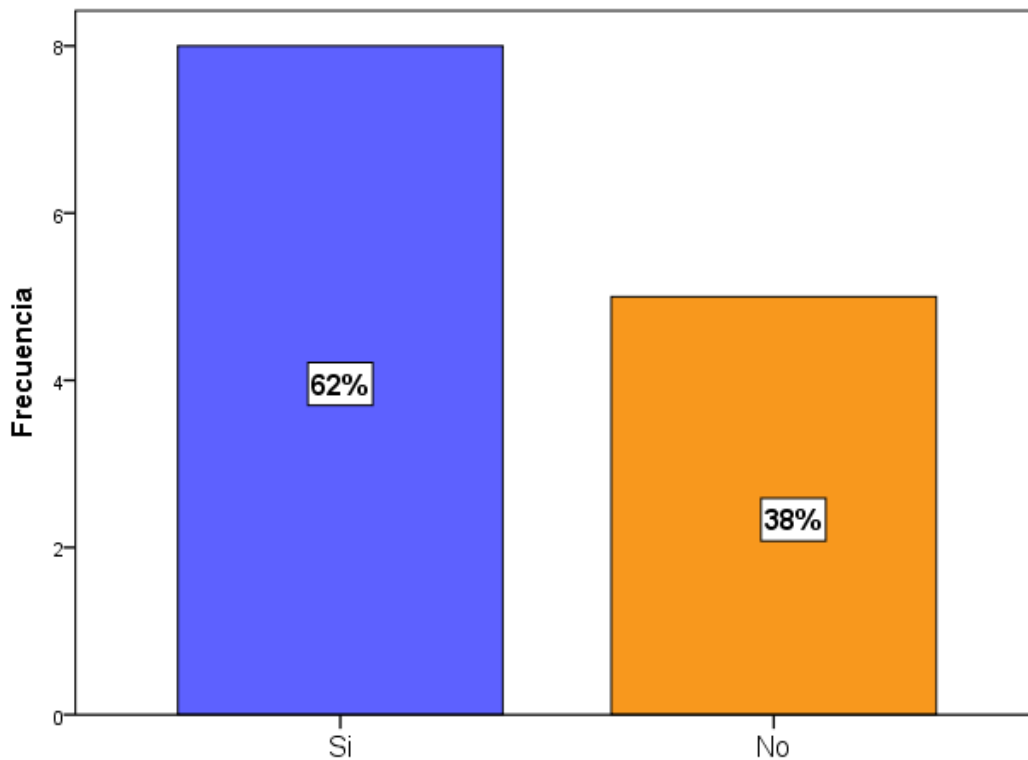


Fuente: Elaboración Propia

8.2.3 Planifican la producción

Al preguntarles sobre la planificación de la producción en las MIPYMES de cuero y calzado el 62% afirma que planifica las producciones que realizan para no excederse o sobrepasar sus límites, mientras que el 38% no planifica su producción.

Grafica 7 Planificación de la producción



Fuente: Elaboración propia

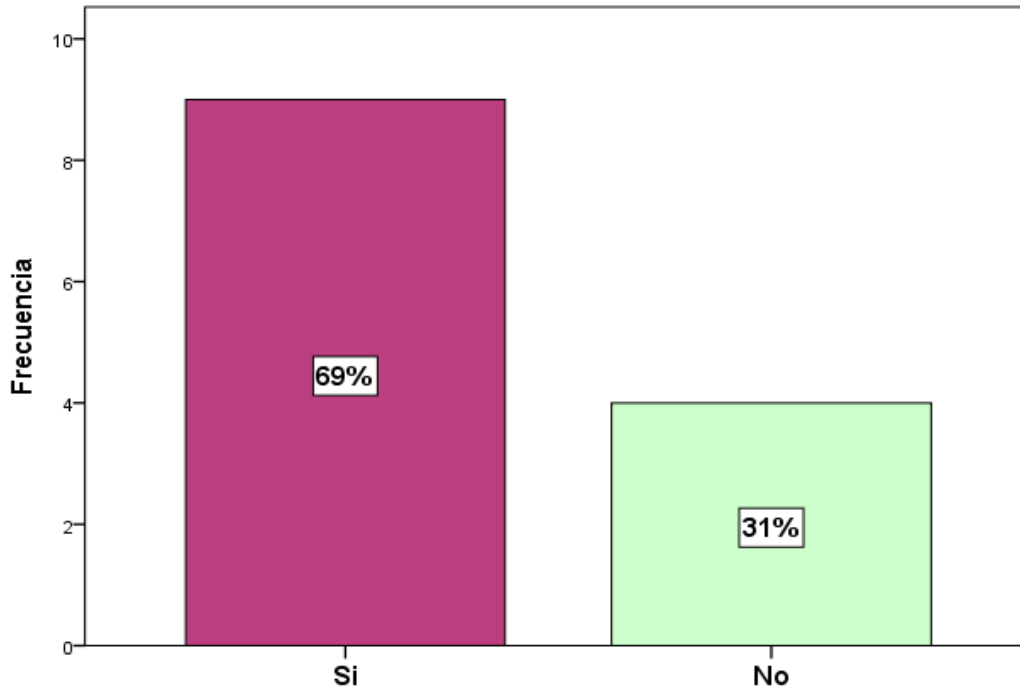
8.2.4 Seguimiento a su presupuesto

Cuando le preguntamos a los propietarios de las MIPYMES del cuero y calzado si llevaban un seguimiento a sus ingresos y gastos que presentan en el negocio el 69% si lleva un seguimiento y el 31% no lo que significa que la mayor parte lleva un control de sus finanzas de forma ordenada.

Los presupuestos son una herramienta de gestión que se puede entender como un plan financiero, el cual desempeña un papel fundamental a la hora de programar a futuro la actividad de la empresa o el desarrollo de un nuevo proyecto, que beneficie y ayude al desarrollo económico del negocio.

De ahí la importancia de llevar control de sus presupuestos y comprobamos que la mayoría de las MIPYMES si lleva su control de ingresos y gastos.

Gráfica 8 Seguimiento de sus presupuestos



Fuente: Elaboración Propia

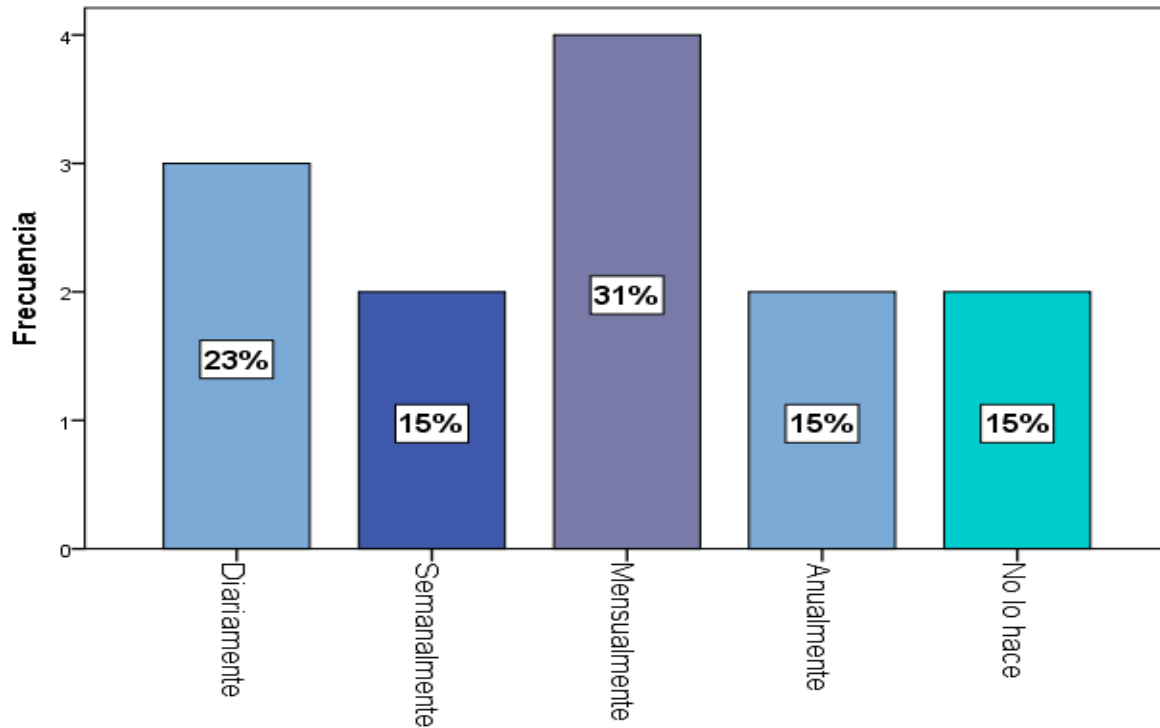
8.2.5 Evaluación objetivos financieros

Al preguntarles a los propietarios cada cuanto tiempo evaluaban sus objetivos financieros la mayoría dijo que mensualmente con un 31%, mientras que el 23% diariamente y un 15% no lo hace.

Al observar que la mayoría si evalúa sus objetivos financieros, vemos, que llegan a cumplir sus metas como parte de su proceso de planificación, lo que les ayuda en

la toma de decisiones. La función principal de los objetivos financieros es servir como punto de referencia.

Gráfica 9 Evaluación de los objetivos financieros



Fuente: Elaboración Propia

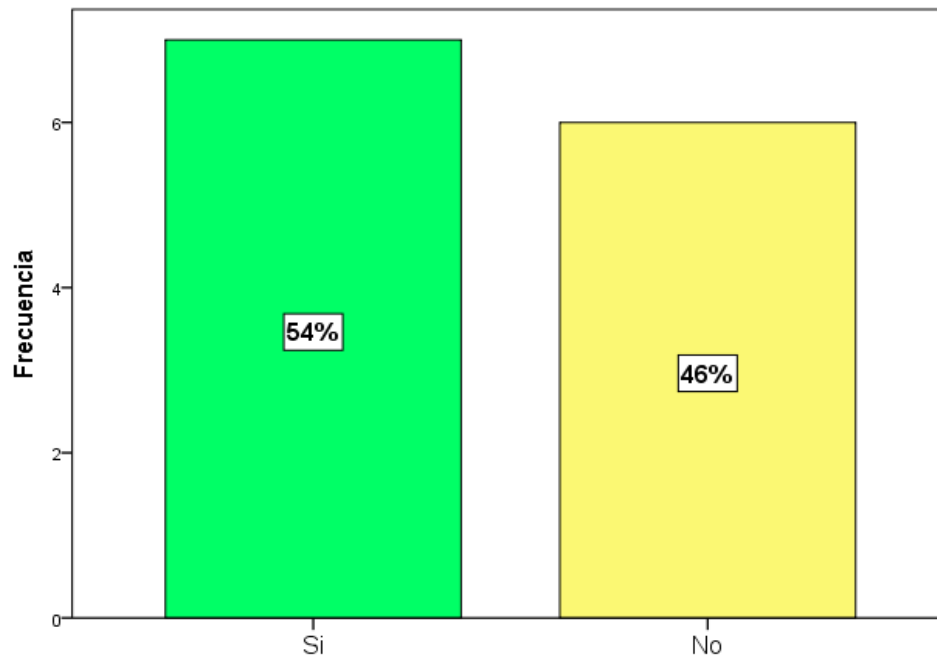
8.2.6 Llevan un registro de su ingreso, gastos entre otros.

Cuando preguntamos si llevaban un registro financiero a los propietarios de los negocios obtuvimos que un 54% si lleva un registro de sus ingresos, gastos etc. Mientras que un 46% no lleva un registro.

Esto es una herramienta fundamental para conocer el buen estado de salud de una empresa. Lo ideal es elaborar este balance todos los meses y reforzarlo con un

resumen anual, donde vengan anotados desde las ventas y los préstamos hasta los conceptos de alquiler, suministros, imprevistos o nóminas.

Gráfica 10 Registro de gastos, ingresos entre otros.



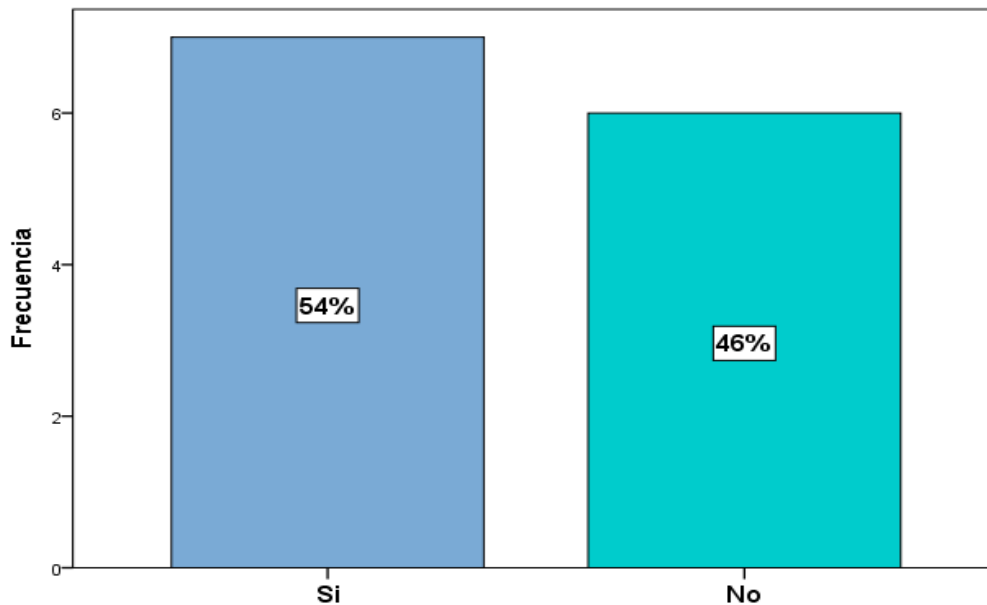
Fuente: Elaboración Propia

8.2.7 Toma en cuenta criterios financieros

Al referirnos a criterios financieros hablamos sobre balance general, estado de resultados, VAN, TIR etc. Lo cual se los explicamos a los propietarios y un 54% cuenta con criterios financieros para planear su inversión, mientras que el 46% no toma en cuenta criterios.

En toda administración de una empresa, es importante y necesaria la información financiera ya que es la base para una buena decisión, para que la decisión que se tome sea suficiente y oportuna para el negocio.

Gráfica 11 Toma en cuenta criterios financieros



Fuente: Elaboración Propia

8.3 Factores externos e internos afectan la planeación financiera de las MIPYMES del sector cuero y calzado.

Como factores que afectan en la planeación financiera de las MIPYMES del sector cuero y calzado encontramos los siguientes:

8.3.1 Factores internos:

Estrategias financieras: Como vimos en los resultados al realizar las encuestas comprobamos que una parte de la muestra no cuenta con estrategias de planeación financiera es decir que no llevan a cabo un control sistemático de sus ingresos,

gastos, ahorros etc. Lo que conlleva a un mal manejo de sus recursos económicos que impiden el pleno desarrollo económico de los negocios.

Al no llevar un buen manejo de estas puede llevar al endeudamiento e incluso a la quiebra. Es importante que los propietarios de las MIPYMES de cuero y calzado tengan estrategias financieras ya que estas ayudan en la toma de decisiones importantes, a tener una organización eficaz y eficiente que proporcione el desarrollo económico de las mismas.

Liquidez: En este aspecto nos referimos a la liquidez relacionada con la solvencia económica de los propietarios de los negocios. Por lo que descubrimos que algunos propietarios no tienen un control de sus finanzas personales o no tienen un manejo apropiada de las misma por falta de conocimientos sobre el tema.

La liquidez en las MIPYMES de cuero y calzado es de suma importancia ya que permite pagar a tiempo las cuentas de préstamos o créditos relacionados a la compra de materia prima, producción etc. mientras que la falta de liquidez puede crear graves problemas económicos al negocio, como retrasos en la cancelación de deudas, embargos etc.

8.3.2 Factores externos:

De mercado: muchas de estas empresas presentan problemas para lograr un crecimiento y competir con mercados internacionales, esto se debe a la falta de materia prima y maquinaria obsoletas. Además, tienen una visión empresarial a corto plazo; esto no les permite innovar nuevos productos e integrarse a nuevos mercados.

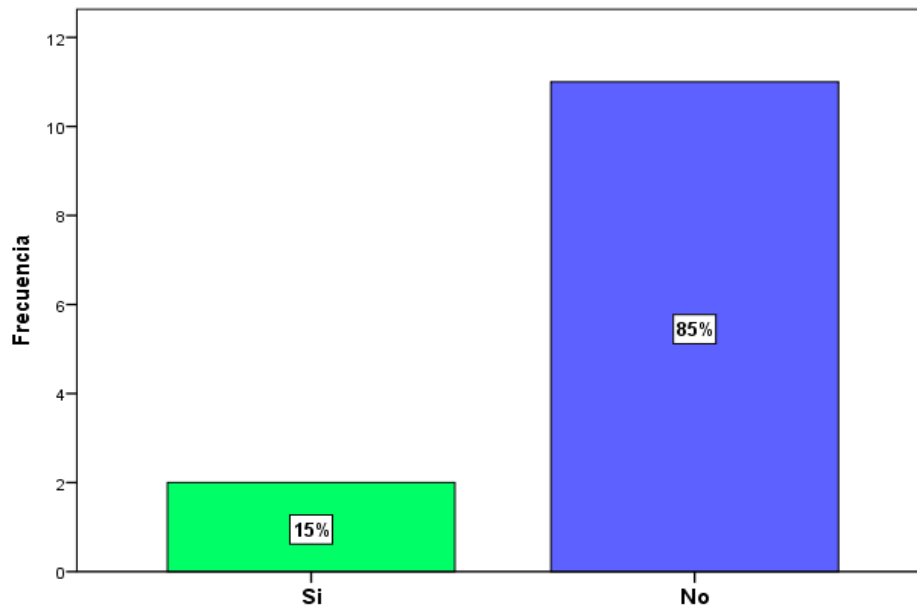
En la encuesta preguntamos a los propietarios que si exportaban sus productos a otro país lo cual la mayor parte indico que no exportaba y al preguntarles por qué algunos de ellos dieron las siguientes razones:

La cantidad de producción no alcanzaba los niveles para exportación y que solo producen para sustentar las necesidades de la población, otros que solo producen

para ofertar en la localidad. Que los negocios son pequeños y que no cuentan con las tecnologías y materia prima necesarias para producir a grandes escalas.

Estos son algunos de los problemas que enfrentan estas MIPYMES y que afectan al desarrollo económico ya que no cuentan con las capacidades de producir de forma que puedan exportar sus productos a otros países.

Gráfica 12 Exporta su producto



Fuente: Elaboración propia

8.4 Propuesta de estrategia

A continuación, se realiza el análisis FODA que sirve de instrumento de planeación estratégica, que nos sirve para examinar, identificar y evaluar las fortalezas y debilidades que presentan las MIPYMES del sector cuero y calzado, así como las oportunidades y amenazas lo cual nos permite formular estrategias que ayuden a mejorar el fenómeno estudiado.

8.4.1 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación de productos • Calidad del producto • Disposición a organizarse • Experiencia • Mayor expectativa de vida. • Mayor responsabilidad en los productos de crédito, salud, pensiones y seguros. • Mayor inversión en activos financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias MIPYMES ofertadas por el Gobierno actual • Oportunidades a pequeños emprendedores por parte del gobierno • Apoyo con financiamiento a través de programas comunitarios, financiamientos en la Alcaldía, CARUNA, etc...
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe conocimiento sobre educación financiera. • Falta de manejo de sus recursos de producción como empresa. • Deficiencia en el manejo y control ingresos egresos, es decir el manejo financiero es empírico. • Sobrestimación de conocimientos y aptitudes financieras. • Falta de interés de parte de los propietarios sobre mejorar sus capacidades como persona-empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas estructurales. • Alzas de las materias primas. • El mercado cuenta con poca demanda de los productos a nivel local. • Falta de apoyo del gobierno en capacitaciones sobre educación financiera. • Falta de confianza hacia instituciones financieras.

8.5 Líneas estratégicas

ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO	ACCIONES
<p>✓ Promover la educación financiera entre los empresarios del sector cuero calzado</p>	<p>Incentivar a los comerciantes en la inclusión de la educación financiera para un mayor desarrollo económico.</p>	<p>Organizar a los empresarios del sector cuero y calzado.</p> <p>Capacitar a los propietarios en temas financieros.</p> <p>Brindar asesorías de administración financieras.</p>
<p>✓ Fortalecimiento de la asociatividad del sector cuero calzado</p>	<p>Fortalecer la relación de los propietarios de calzado y cuero para obtener mejores precios en compra de materia prima</p>	<p>Realizar reuniones trimestrales.</p> <p>Establecer redes empresariales que les permita la realización de las compras en conjunto para la disminución de los costos de producción.</p>

<p>✓ Contribuir a través de la capacitación las bases necesarias para mejorar la cultura financiera de los propietarios.</p>	<p>Proveer información para un mejor uso de los productos y servicios financieros.</p> <p>Mejorar la calidad de vida al tener la capacidad de generar riqueza.</p> <p>Finanzas estables para enfrentar cualquier situación.</p>	<p>Desarrollo de talleres en el tema financiero:</p> <p>Conseguir que los participantes puedan desarrollar las herramientas necesarias para administrar sus finanzas personales y la de sus negocios.</p> <p>Brindar a los participantes conocimientos en el ámbito de las finanzas personales que le permitan desenvolverse en la sociedad.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>✓ Promover la necesidad de la educación financiera para el desarrollo económico de las MIPYMES de cuero y calzado.</p>	<p>Reconocer que es necesaria la planificación para poder cubrir las necesidades en momentos cuando no se tiene dinero.</p> <p>Identificar los diversos factores que involucran un crédito como el uso, el beneficio y el compromiso asociado a pedir prestado.</p>	<p>Realizar campañas sobre el manejo de presupuestos.</p> <p>Capacitar en temas de presupuesto familiar.</p> <p>Identificar metas y objetivos.</p> <p>Aplicar herramientas contables para elaborar una planificación financiera y distribuir bien sus necesidades.</p>
<p>✓ Capacitar a los propietarios sobre el funcionamiento del sistema financiero que ayude a un adecuado manejo de sus recursos económicos.</p>	<p>Conocer el funcionamiento del sistema financiero, las instituciones que lo conforman, así como el funcionamiento y la importancia.</p>	<p>Capacitaciones sobre Finanzas personales y familiares:</p> <p>Módulos que involucran temas como el manejo del dinero, las finanzas, el valor del dinero, las claves para formar un patrimonio, las deudas y la importancia de aptitud financiera de las personas.</p>

<p>✓ Realizar una campaña de difusión para dar a conocer el programa a todos los propietarios de las MIPYMES para que se interesen sobre el cuidado de su dinero y del futuro ingreso que tendrán en sus negocios .</p>	<p>Identificar el presupuesto como una herramienta que permite conocer los ingresos, como se gastó y que decisiones son mejores para el manejo del dinero.</p>	<p>Campañas sobre manejo de presupuestos:</p> <p>Marco teórico apoyada por una presentación.</p> <p>Folletos de información</p> <p>Formatos de presupuesto personal, familiar, así como también para identificar metas y objetivos.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

IX. CONCLUSIONES.

De acuerdo con los objetivos planteados en la presente investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

La educación financiera brinda como aporte al desarrollo económico de las Mipymes ayudando a tener una mejor planeación financiera y un mejor orden en su empresa.

Las Mipymes de cuero y calzado se caracterizan por tener varios años de estar operando en el mercado, lo que demuestra la sostenibilidad que han tenido dentro de este sector, los propietarios en su mayoría son del sexo masculino, estas empresas cuentan con una infraestructura en gran parte propia lo que les facilita su crecimiento.

Las Mipymes no cuentan con una educación financiera técnica, si no con una educación financiera empírica debido a que cuentan con un manual de planificación realizado de una manera sencilla, y con un seguimiento de sus ingresos y gastos esto nos da a entender que han adquirido un buen conocimiento en su trayectoria en el mercado.

Los factores internos y externos también llegan a afectar un buen manejo de sus finanzas ya que existen diferentes factores internos como inexistencia de estrategias de planificación financiera , manejo inadecuado de los recursos, falta de liquidez, mientras tanto los factores externos que nos afectan, el poco conocimiento por la competencia en el mercado nacional e internacional, visión empresarial pesimista, otro factor que limita el crecimiento económico es el uso de tecnología artesanal, por lo que su producción es baja, lo que impide el aumento de la producción y diversificación de sus productos para expandirse a nuevos mercados.

Como principal estrategia propusimos promover la educación financiera entre los empresarios del sector cuero y calzado. Fortalecimiento de la asociatividad

contribuir a través de capacitaciones la base necesaria para así nos permita mejorar la cultura financiera de los propietarios.

Finalmente se puede decir que la capacidad de internacionalización que poseen las MIPYMES de cuero y calzado es poca, sin embargo, no son nulas las posibilidades de internacionalizarse ya que es posible que en algún momento decidan unirse como sector y llevar a cabo alianzas estratégicas para unir capacidades y experiencias para hacer frente a la demanda internacional.

Análisis de la hipótesis

Al haber finalizado la investigación y haber llegado a las conclusiones se puede decir que se acepta la hipótesis, la educación financiera aporta positivamente en el desarrollo económico de las MIPYMES de cuero y calzado en la ciudad de Estelí, ya que al tener un mayor conocimiento de aspectos financieros los propietarios de los negocios mejoran sus capacidades desarrollo económico lo que proporciona mejores condiciones socioeconómicas.

X. RECOMENDACIONES

A las instituciones locales

Desarrollar temas con personas capacitadas en educación financiera, de esta manera ayudar a mejorar la planificación de una manera más ordenada y coherente de forma que esto les ayude a aumentar su capital y desarrollo económico en su Mipyme de cuero y calzado.

Que especializados en el sector MIPYMES realicen encuentros o capacitaciones a propietarios del sector cuero y calzado para que estos puedan ampliar sus conocimientos.

Capacitar a propietarios del sector cuero y calzado para que estos puedan estar informados y administren eficientemente sus recursos negocios al llevar un mejor control.

Incentivar a los pequeños productores del sector cuero y calzado a través de estrategias para que estos obtengan una mejor visión de su negocio y aumenten su nivel de económico.

A los propietarios del sector cuero y calzado

Considerar los meses de mayor producción, donde existe una demanda alta de cuero y calzado por el cual se recomienda tener el stock necesario para cubrir los pedidos de los clientes potenciales.

Solicitar capacitaciones y asesoría técnica para enfrentar los obstáculos que presentan en la actualidad, esto conllevara a que sus niveles de visión empresarial sean a largo plazo. Continuar estudiando el sector cuero y calzado para que aumenten los niveles de conocimiento y visión de los propietarios.

Crear nuevas estrategias en cuales desarrollen formulas y programas que les permita desarrollar y avanzar hacia una mejor planificación y control de sus ingresos.

XI. Anexos

11.1. Anexo 1. Encuesta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria

FAREM – ESTELI

Encuesta dirigida a propietarios de MIPYMES del sector cuero y calzado.

OBJETIVO:

Recopilar información para ver el nivel de educación financiera en el desarrollo económico de las MIPYMES del sector cuero-calzado de la ciudad de Estelí en el segundo semestre 2018, para el desarrollo de tesis de graduación de la carrera de economía.

DATOS GENERALES DEL NEGOCIO Y EL ENCUESTADO.

1. Sexo del encuestado F_____ M_____

2. Nivel de escolaridad alcanzado por el propietario:

Primaria_____ Secundaria_____ Técnico superior_____ Universidad_____

Ninguno _____ otros_____

3. Conoce usted ¿qué productos y servicios Financieros ofrecen las instituciones financieras?

SI_____ NO_____

Tales como: prestamos, créditos, acciones etc.

4. Nombre de la MIPYME _____

5. Antigüedad del negocio _____

6. Dirección _____

7. Cuantos años tiene de producir su negocio

a) De 1 a 5

b) De 6 a 10

c) De 11 a mas

8. ¿El negocio está legalmente inscrito?

Sí_____ No_____

9. En que instancia:

Alcaldía _____ DGI_____

10. ¿Paga impuestos por medio de?

Cuota fija_____ Régimen general_____

11. ¿El negocio posee infraestructura propia?

Sí_____ No_____

12. ¿Ha escuchado hablar sobre Educación Financiera?

Sí _____ No _____

13. ¿Exporta su producto a otro país?

Sí _____ No _____ A cuáles países _____

Si la respuesta es no por qué _____

Productividad

14. ¿Cree que su producto posee la calidad necesaria para competir con otras Mipymes del sector

Sí _____ No _____

Que atributos de calidad posee su producto _____

15. ¿Usted importa la materia prima para elaborar su producto?

Sí _____ No _____

16. ¿De dónde importa la materia prima?

17. ¿Cuentan con proveedores de materia prima de calidad?

Sí _____ No _____

18. ¿Cuenta con la mano de obra calificada para la elaboración de su producto?

Sí _____ No _____

19. ¿Está en la capacidad de cumplir con un pedido grande para fines de Exportación?

Sí _____ No _____

20. ¿Cuál es su capacidad productiva por mes?

21. ¿Cuenta con un manual de funciones?

Sí _____ No _____

22. ¿Planifica la producción de su negocio?

Sí _____ No _____

Financiamiento

23. ¿Con qué capital trabaja su empresa?

Propio _____ Financiamiento _____ Otros _____

24. ¿Cómo considera su disponibilidad financiera?

Buena _____ Muy buena _____ Excelente _____

25. ¿Al planear una inversión toma en cuenta criterios financieros?

SI _____ NO _____

Cuales: "Balance general, estado de resultado, VAN, TIR´

26. ¿Acostumbra a llevar un registro de sus ingresos, gastos, ahorro, deuda etc.?

Sí _____ No _____

27. ¿Da seguimiento a su presupuesto de ingresos y gastos estimados?

Sí _____ No _____

28. ¿Usa medios electrónicos para monitorear su situación financiera?

Sí _____ No _____

29. ¿Cada cuánto tiempo usted evalúa el cumplimiento de sus Objetivos financieros?

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Mensualmente
- d) Anualmente
- e) No lo hago

30. ¿Cuál de los siguientes subsistemas del sistema financiero es cliente actualmente?

- a) Bancos privados
- b) Banco públicos
- c) Cooperativas de ahorro y crédito
- d) Cajas de ahorro y crédito
- e) Mutualistas
- f) No es cliente

Competitividad

31. ¿Existe disponibilidad del producto en el mercado?

Internacional _____ Nacional _____

32. ¿Cree usted que el precio que pagan los mercados extranjeros es justo?

Sí _____ No _____

33. ¿El sector ha presentado dificultades para acceder a los mercados en la actualidad?

Sí _____ No _____ Cuales _____

34. ¿Estaría dispuesto a unirse con otras MIPYMES para exportar su producto?

Sí _____ No _____

Tecnología

35. ¿Tiene algún equipo especializado para la elaboración de su producto?

Sí _____ No _____

36. ¿Cree que los equipos que posee son los más adecuados para la elaboración del producto?

Sí _____ No _____

37. ¿Cree que necesita invertir en maquinaria, equipo y herramientas de trabajo?

Sí _____ No _____

Organización

38. ¿Quién ejerce la máxima autoridad en el negocio?

El dueño _____ Algún empleado _____ Otros indique _____

39. ¿Quién realiza los pagos?

El dueño _____ Algún empleado _____ Otros indique _____

40. ¿Quién realiza las compras de materia prima?

El dueño_____ Algún empleado_____ Otros indique_____

11.2. Anexo 2. Tablas de continencia

Tabla 2 Sexo de los encuestados

		Sexo del encuestado			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	2	15,4	15,4	15,4
	Masculino	11	84,6	84,6	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia

Tabla 3 Nivel de escolaridad

		nivel de escolaridad alcanzado por el propietario			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	4	30,8	30,8	30,8
	Técnico superior	4	30,8	30,8	61,5
	Universidad	3	23,1	23,1	84,6
	Ninguno	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia

Tabla 4 En que instancia está escrito el negocio

En que instancia está inscrita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alcaldía	4	30,8	30,8	30,8
	DGI	2	15,4	15,4	46,2
	Ambas	7	53,8	53,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente 1 Elaboración propia

Tabla 5 El negocio posee infraestructura propia

El negocio posee infraestructura propia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	69,2	69,2	69,2
	No	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Ha escuchado hablar sobre educación financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	38,5	38,5	38,5
	No	8	61,5	61,5	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Tabla 6 Ha escuchado sobre educación financiera

Tabla 7 Cuenta con un manual de funciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	5	38,5	38,5	38,5
	No	8	61,5	61,5	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente:Elaboración propia

Tabla 8 Planifica la producción de su negocio

Planifica la producción de su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	53,8	53,8	53,8
	No	5	38,5	38,5	92,3
	11,00	1	7,7	7,7	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Da seguimiento a su presupuesto de ingresos y gastos

Da seguimiento a su presupuesto de ingresos y gastos estimados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	9	69,2	69,2	69,2
	No	4	30,8	30,8	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 Evalúa el cumplimiento de sus objetivos

Cada cuanto tiempo usted evalúa el cumplimiento de sus objetivos financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diariamente	3	23,1	23,1	23,1
	Semanalmente	2	15,4	15,4	38,5
	Mensualmente	4	30,8	30,8	69,2
	Anualmente	2	15,4	15,4	84,6
	No lo hace	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Lleva registro de sus ingresos, gastos etc.

Acostumbra a llevar un registro de sus ingresos, gastos, ahorros, deudas, etc.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	53,8	53,8	53,8
	No	6	46,2	46,2	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Toma en cuenta criterios financieros

Al planear una inversión toma en cuenta criterios financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	7	53,8	53,8	53,8
	No	6	46,2	46,2	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Exporta su producto

Exporta su producto a otro país

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	15,4	15,4	15,4
	No	11	84,6	84,6	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia

XII. Bibliografía

Alcaldía de Estelí. (2018). *Alcaldía de Estelí*. Estelí.

ANDBANK. (Julio de 2015). *ANDBANK Banca Privada*. Obtenido de <http://www.andbank.es/observatoriodelinversor/las-4-claves-de-la-planificacion-financiera-objetivos-plazos-presupuesto-y-control-de-las-decisiones/>

Atkinson, & Messy. (2012). *Redalyc*. Obtenido de Red de revistas científicas de America Latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/html/270/27031268005/>

Benavides Pañeda, J. (2004). *Administración*. México: McGrawHillInteramericana.

Benavides Pañeda, J. (2004). *Administración*. México: McGrawHillInteramericana.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. En I. Chiavenato, *Administración de Recursos Humanos* (Quinta Edición ed., pág. 119). Colombia: MCGraw Hill.

CienciAmerica. (2017). *Investigacion aplicada: Definicion, propiedad intelectual e industria(investigacion)*. Obtenido de Universidad INDOAMERICANA: <http://www.uti.edu.ec/antiguo/index.php/investigacion-por-carreras/item/554-volumen3-cap6.html>

Circulantis. (junio de 2018). *CIRCULANTIS*. Obtenido de Cuales son los factores externos e internos de riesgo financiero: <https://circulantis.com/blog/factores-riesgo-financiero/>

Coulter, R. S. (2005). *Administración*. Prentice Hall, Hispanoamericana.

Educacion Financiera. (s.f.). Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf

Educacion Financiera. (s.f.). Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf

Emprende PYME. (2016). *Emprende Pyme*. Obtenido de Recursos Humanos: <https://www.emprendepyme.net/recursos-humanos>

Enrique, F. (2004). *Organización de Empresa*. México: McGraw Hill.

Fernández Valiñas, R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. Mexico D.F: McGraw Hill. Recuperado el 14 de Noviembre de 2014

Godinez Torres, B. J. (29 de Julio de 2016). *Evaluacion de la educacion financiera de los docentes de la planta de la facultad de la UNAN-MANAGUA durante el periodo de Enero-Junio 2016*. Obtenido de repositorio.unan.edu: <http://repositorio.unan.edu.ni/4731/1/16881.pdf>

Hurtado, J. M. (5 de Noviembre de 2007). *Vocabulario de la Economía* . Obtenido de Vocabulario de la Economía - Nomenclatura y principales conceptos de economía: <https://www.e-torredebabel.com/Economia/diccionario-economia/trabajo-V-E.htm>

Lacoma, T. (Febrero de 2018). *Cuida tu dinero* . Obtenido de Factores externos e internos del riesgo financiero : <https://www.cuidatudinero.com/13119208/factores-externos-e-internos-del-riesgo-financiero>

Ley 645. (Viernes 8 de Febrero de 2008). *Ministerio de fomento industria y comercio*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2014, de http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=oVaKtl_xnwc%3D&tabid=181&language=en-US

Lidion C, J. (1998). *Conceptos basicos de economia*. Valencia: Reproval. Recuperado el 16 de Noviembre de 2014

-
- Orozco , M. (11 de Enero de 2011). *Confidencial* . Obtenido de Confidencial : <http://confidencial.com.ni/.../educacion-financiera-y-desarrollo-un-modelo-para-nicaragua>
- Orozco, M. (noviembre de 2011). *Confidencial* . Obtenido de <https://confidencial.com.ni/archivos/articulo/2868/educacion-financiera-y-desarrollo-un-modelo-para-nicaragua>
- Ortiz Gonzalez , J. (Octubre de 2015). *La importancia de la planificacion financiera* . Obtenido de Finanzas y Proyectos : <https://finanzasyproyectos.net/la-importancia-de-la-planificacion-financiera/>
- Pastrana, J. R. (ABRIL de 2009-2011). *Producción y comercialización de 12 PYMES de cuero y calzado legalmente inscritas en la*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/5776/2/7-20-1-PB.pdf>
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (2008). *Definicion de planeacion financiera* . Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/planeacion-financiera/>
- Perez Porto, J., & Merino, M. (2012). *Definicion.DE*. Obtenido de Definicion del metodo inductivo: <https://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Polania , F., Suaza Nivia, C., Arevalo Fierro, N., & Gonzalez , D. (Agosto de 2016). *Cultura Financiera como nuevo motor para el desarrollo economico en latinoamerica*. Obtenido de repository.ean.edu.co: <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/8951/avance%20final%20seminario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Raccanello, K., & Herrera Guzman , E. (2014). *Redalyc*. Obtenido de Red de revista científica de America Latina y Caribe. España y Portugal: <http://www.redalyc.org/html/270/27031268005/>
- Sisinternational. (2017). *Sis international research*. Obtenido de Investigacion cuantitativa: <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
-

-
- Telleria, V. (09 de febrero de 2017). *El nuevo Diario*. Obtenido de El nuevo Diario:
<https://www.elnuevodiario.com.ni/.../418313-importancia-educacion-financiera-microfi>
- Thompson, A., & Strickland, A. (2001). *Administración Estratégica: Conceptos y casos*. México: McGraw Hill.
- Thompson, I. (27 de diciembre de 2007). *Promonegocios.net*. Recuperado el 3 de mayo de 2014, de <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>
- Thompson, Ivan. (12 de Diciembre de 2012). *promonegocios.net*. Recuperado el 8 de mayo de 2014, de <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>
- Unida Nicaragua Triunfa. (06 de Mayo de 2012). *tortillaconsal.com*. Recuperado el 31 de Mayo de 2014, de www.tortillaconsal.com/nicaragua_triunfa_66.doc
- Wikipedia la enciclopedia libre* . (12 de Septiembre de 2015). Obtenido de Capital :
[https://es.wikipedia.org/wiki/Capital_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Capital_(econom%C3%ADa))
- Wonnacott, T. H., & Wonnacott, R. J. (1989). *Fundamentos estadístico para la administración y economía*. Limusa.