



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las Mi Pymes en barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022

Trabajo de seminario de graduación
al grado de

Licenciado en la Carrera de Banca y Finanzas

Autores

Jennifer Izamar Peralta Orozco
Marilyn de Jesús Quiroz Martínez

Tutor

Msc. Julio Rafael Berríos Noguera

Estelí 25 enero de 2023



DEDICATORIA

El presente trabajo, lo dedico primeramente a Dios, por darme las fuerzas, sabiduría e inteligencia en este proceso tan importante.

A mi esposo Juan Carlos Moreno, que ha sido un apoyo incondicional en cada paso que doy, por su apoyo a lo largo de mi carrera universitaria, comprensión, paciencia, esfuerzo y amor. A mis hijas, Ethel y Gabriela Moreno, que son mis motores para seguir adelante en cada meta trazada. A mi padre, Tomas Quiroz, que me ha enseñado a ser una persona de bien, a mi madre, Narcisa Martínez, aunque ya no está conmigo siempre creyó en mis capacidades, a mi suegra Esther Ordoñez por apoyarme, escucharme y estar atenta a lo largo de este trabajo, a mi compañera de tesis y amiga Jennifer porque después de tantos esfuerzos hemos culminado con éxito este trabajo.

A todos ellos, les dedico este trabajo, ya que son parte fundamental en mi vida y me han ayudado a prepararme a nivel personal como profesional.

Marilyn de Jesús Quiroz Martínez

Quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios, porque me dio la fuerza para no rendirme en el proceso de la carrera.

Después de Dios a mis padres Pablo Peralta y Flor Orozco porque han estado desde el día uno creyendo en mí y en mi potencial, gracias a ellos soy todo lo que he logrado hasta hoy; a mis hermanos porque creyeron en que podía con esto y más; a mis amigos que me escucharon aún, sin saber de qué hablaba, pero estuvieron atentos y dispuestos a ayudarme; a mi amiga y compañera de tesis Marilyn porque este trabajo es fruto de nuestro empeño.

Por último, me auto dedicó este trabajo, como muestra de que, si puedo lograr todo lo que me proponga, teniendo en cuenta que no todo es fácil en la vida pero que todo depende de la pasión que entregue a cada reto que venga y sobre todo recordando que esto apenas empieza...

Jennifer Izamar Peralta Orozco

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios por permitirme concluir mi carrera con éxito, porque a pesar de tantos esfuerzos me ha permitido llegar a una de mis metas. Agradezco también a mi esposo que creyó en mí, desde el primer momento que decidí continuar mis estudios. A mis hijas por ser mis mayores fuentes de inspiración en todo momento, agradezco también a mis padres, a mi suegra por estar pendiente del proceso de este trabajo.

A la universidad, que nos proporcionó varios medios para obtener información. A nuestros tutores Licenciada Nohelia Corrales y al Licenciado Julio Berrios que han sido una parte fundamental en el proceso de este trabajo.

Marilyn de Jesús Quiroz Martínez

Quiero agradecer a Dios, porque en su infinita misericordia me dio la sabiduría para cumplir este reto.

Agradezco a mis padres porque han hecho de mí una mujer soñadora, capaz, con ansias de devorar al mundo y sobre todo, apasionada por aprender todo, a ellos les doy gracias por hacer que mis alas se desprendan a cualquier lugar donde realmente sea feliz; gracias a mis hermanos que me han enseñado a luchar con la vida como ellos y que incluso me han retado a que puedo lograr mucho más si así me lo propongo; gracias a mi mita Emma porque sus palabras de ánimo nunca han faltado; gracias a mi mejor amiga Amy Morán, porque desocupó de su tiempo para estar en el mío, por su paciencia y sobre todo por su confianza en mí; gracias a mis demás amigos por animarme y escucharme;

Por último, quiero agradecer a cada maestro que tuvimos al frente en el transcurso de la carrera, por ellos aprendimos tanto y nos preparamos para enfrentar algunos de los retos que vendrán de ahora en adelante.

Jennifer Izamar Peralta Orozco



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Estelí, 25 de enero de 2023

VALORACION DEL DOCENTE

Licenciada Nohelia Corrales

Director del departamento de Ciencias empresarial y administrativa

FAREM-Estelí, UNAN Managua

Reciba mis más cordiales y respetuosos saludos.

Por este medio estoy autorizando la presentación en defensa del tema de trabajo de seminario de graduación de investigación titulado "Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las Mi Pymes en barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022. Que se inscribe en la línea de investigación CEC-1: DESARROLLO SOCIOPRODUCTIVO, EMPRENDIMIENTO Y BIENESTAR y la sub línea CEC-1.1: COMPORTAMIENTO DE UNIDADES ECONÓMICAS.

Este trabajo fue realizado por los estudiantes de la carrera de Banca y Finanzas:

Nombres y apellidos	Numero de carnet
Jennifer Izamar Peralta Orozco	18509047
Marilyn de Jesús Quiroz Martínez	18508893

Atentamente;

Msc. Julio Rafael Berrios Noguera

Numero ORCID

FAREM-Estelí, UNAN Managua



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Estelí, 25 de enero 2023

CONSTANCIA DEL TUTOR

Por este medio estoy manifestando que la investigación titulado: Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las Mi Pymes en barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Banca y Finanzas. Los autores de este trabajo son los estudiantes: Jennifer Izamar Peralta Orozco y Marilyn de Jesús Quiroz Martínez; y fue realizado en el II semestre de V, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la microfinanciera CONFIANZA, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente;

Msc. Julio Rafael Berrios Noguera

Numero ORCID

FAREM-Estelí, UNAN Managua

RESUMEN

La presente investigación, se basa en determinar el Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las Mi Pymes en barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022, ofreciendo microcréditos al sector comercio, a personas que posean negocios, otorgando financiamientos con plazos cortos entre 3 y 4 meses, con forma de pago semanal y quincenal , con el fin de observar el desarrollo económico de estos, tomando en cuenta los factores socioeconómicos que intervienen y los métodos que está usando la microfinanciera para otorgar los créditos. Para llevar a cabo la investigación realizamos entrevistas a colaboradores de la microfinanciera, encuestas a los microempresarios del sector comercio del barrio Oscar Gámez N°2, además de utilizar libros de la biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí y sitios web, para recaudar información sobre el tema a investigar y obtener los objetivos planteados. Las principales estrategias propuestas son: Ampliar los plazos de créditos hasta seis meses con pagos quincenales de las cuotas, desarrollar una línea de crédito de oportunidad en las fechas más relevantes para el comercio, desarrollar capacitación en educación financiera a los microempresarios, a fin de mejorar su capacidad de capitalización para capital de trabajo e inversiones fijas del negocio, capacitar a los microempresarios en actividades de Marketing y mercadeo digital al menos en las redes sociales, para potenciar sus capacidades de crecimiento. **Palabras claves:** Impacto socioeconómico, microcréditos, MiPymes.

ABSTRACT

The present investigation is based on determining the socioeconomic impact of the microcredit granted by the microfinance company CONFIANZA to MSMEs in the Oscar Gámez N°2 neighborhood of Esteli City, first semester of the year 2022, offering microcredits to the Trading sector (people who owns a business), with short terms between 3 and 4 months, with a weekly and bi-weekly payment method in order to observe the economic development of these people, taking into account the socioeconomic factors that are intervening and the methods that the microfinance institution is using to grant the credits. To carry out the research, we used interviews with workers of the microfinance institution, as well as surveys that we carried out with microentrepreneurs in the trading sector of the Oscar Gámez N°2 neighborhood, in addition to using books from the Urania Zelaya library of FAREM-Estelí Multidisciplinary Regional Faculty and websites, to collect information for the subject of research and obtain the objectives set. The main strategies proposed are: To extend credit terms up to six months with biweekly installment payments, to develop an opportunity credit line on the most relevant dates for business, to train to microentrepreneurs in financial education, in order to improve their capitalization skills for working capital and fixed investments of the business, to train micro-entrepreneurs in Marketing and e-commerce, and how to use social media for business purpose, to enhance their growth capabilities

Key Words: Socioeconomic impact, microcredit, MSMEs

INDICE

1.- INTRODUCCION	1
2.- Antecedentes	2
3.- Planteamiento del Problema	5
4.- Justificación	7
5.- OBJETIVOS.....	9
5.1.- Objetivo general.....	9
5.2.- Objetivos específicos	9
6.- FUNDAMENTACION TEÓRICA.....	10
6.1 Impacto Socioeconómico.....	10
6.1.1- Definición.....	10
6.1.3 - Importancia del impacto económico	11
6.1.4 - Cobertura.....	11
6.1.5 - Impacto Positivo	12
6.1.6.- Impacto Negativo.....	12
6.1.7 - Medición	13
6.2 - Microcrédito	14
6.2.1 – Definición	14
6.2.2.- Características.....	14
6.2.3.- Requisitos.....	16
6.2.4 - Importancia del microcrédito.....	17
6.2.6. - Ventajas y desventajas del microcrédito.....	18
6.3.1 - Definición.....	21
6.3.2 - Características.....	21
6.3.3 - Importancia.....	22
6.3.4 - Funciones	23
6.3.5.- Clasificación de las MiPymes	23
7.- SUPUESTO	26
8.- Matriz de categorías y sub categorías.....	27
9.-DISEÑO METODOLOGICO.....	29
9.1.- Tipo de Investigación	29
Tipo de estudio.....	29
9.2.- Población, Muestra y Unidad de análisis.....	30
9.2.1.- Población.....	30

9.2.2.- Muestra.....	30
9.2.3.- Unidad de Análisis	31
9.4.- Técnicas de recolección de datos	31
9.4.1.- Encuesta.....	31
9.4.2.- Entrevista.....	31
9.4.3.-Revisión Documental.....	32
9.5.- Etapas de investigación	32
9.5.1.- Investigación Documental.....	32
9.5.2.- Elaboración de Instrumentos	32
9.5.3.- Trabajo de Campo	32
9.5.4.- Elaboración del documento final.....	32
10.- ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS.....	33
Objetivo específico N°1:	33
Objetivo específico N°2:	40
Objetivo específico N°3:	51
11.- CONCLUSIONES	54
12. RECOMENDACIONES	56
13.- BIBLIOGRAFIA.	57
13. ANEXOS	59
ANEXO N° 1 DIGNOSTICO DEL PLANTEAMIENTO PROBLEMA	59
ANEXO N° 2: BOSQUEJO	60
ANEXO N° 3 Matriz FODA de la microfinanciera “CONFIANZA”	62
ANEXO N° 4: entrevista realizada a tres colaboradores de la microfinanciera	64
ANEXO N° 5: Encuesta aplicada a 18 clientes de la microfinanciera	66
Anexo N 6: Tablas de datos de cada pregunta de las encuestas realizadas.....	68
Anexo N° 7: Nota Aclaratoria	72
Anexo N° 8 Cronograma de actividades	73

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cada cuanto tiempo recibe crédito.....	40
Ilustración 2 Montos de créditos que reciben de la financiera	41
Ilustración 3 Plazos de créditos.....	42
Ilustración 4 Montos de cuotas.....	42
Ilustración 5 Formas de pago	43
Ilustración 6 Créditos recibidos el último año	44
Ilustración 7 Destino del crédito recibido	44
Ilustración 8 Ingresos semanales	45
Ilustración 9 Personas que dependen económicamente del cliente	46
Ilustración 10 Bienes o mejoras del hogar en el último año	46
Ilustración 11 Margen de ganancia de los productos que vende el cliente	47
Ilustración 12 Crecimiento del capital en comparación al año anterior.....	48
Ilustración 13 Situación económica actual del negocio	48
Ilustración 14 Mejoras económicas a partir de créditos.....	49
Ilustración 15 Satisfacción del cliente con el programa de crédito	50
Ilustración 16 Origen de los recursos económicos del cliente	50

INDICE DE GRAFICOS

Tabla 1 ¿Cada cuánto recibe créditos?	68
Tabla 2 ¿Qué monto de crédito recibe de la financiera?	68
Tabla 3 ¿A qué plazo solicita el crédito?	68
Tabla 4 ¿De cuánto es la cuota del crédito?.....	68
Tabla 5 ¿Cuál es la forma de pagar el crédito?	69
Tabla 6 ¿Cuántos créditos ha recibido en el año?.....	69
Tabla 7 ¿Cuánto del dinero que recibe destina para el negocio?	69
Tabla 8 ¿Cuál es el total de sus ingresos semanales?	69
Tabla 9 ¿Cuántas personas dependen económicamente del negocio?.....	70
Tabla 10 ¿Qué bienes del hogar ha comprado en el último año?.....	70
Tabla 11 ¿Cuánto es el margen de ganancias de los productos que ofrece?	70
Tabla 12 ¿En qué volumen ha crecido su capital el último año?	70
Tabla 13 ¿Cómo considera que esta la situación económica con este negocio?	71
Tabla 14 ¿Considera que los créditos le han permitido mejorar su situación económica?	71
Tabla 15 ¿Está satisfecho con el programa de crédito?	71
Tabla 16 ¿Cuál es el origen de los recursos que recibe?.....	71

1.- INTRODUCCION

La presente investigación está enfocada en determinar el “Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado a las pymes por la empresa CONFIANZA al barrio Oscar Gámez N°2 en el primer semestre del año 2022 en la Ciudad de Estelí” tomando en cuenta los métodos de colocación y recuperación que utilizan para realizar sus operaciones.

Los microcréditos están siendo de impacto a nivel nacional por su eficiencia y rentabilidad por aquellos que lo consumen, “CONFIANZA” ha sido parte de este impacto por seis años, posicionándose de esta manera como una respuesta rápida a la necesidad de los negocios pequeños.

Este estudio se realizó con el objetivo general de “analizar los factores socioeconómicos del microcrédito en las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 otorgados por la microfinanciera CONFIANZA de la ciudad de Estelí.”

Para alcanzar los objetivos de la investigación realizamos encuestas, entrevistas y observación de documentos de la empresa. La información obtenida a través de estas herramientas la elaboramos usando el software SPSS, con las estadísticas que genere graficaremos los resultados en Excel y a partir de la misma realizaremos las conclusiones y las recomendaciones del trabajo, respondiendo a los objetivos de la investigación realizada.

La investigación consta de diez capítulos, el primer capítulo incluye la introducción, los antecedentes, el planteamiento del problema, y la justificación; El segundo capítulo contiene los objetivos de la investigación, tanto general como específica; el tercer capítulo es la fundamentación teórica.

En el capítulo cuatro abarca el supuesto de la investigación, el capítulo cinco contiene el diseño metodológico donde se encuentra el tipo de estudio, la población y muestra, las técnicas que usamos para la recolección de datos y las etapas de la investigación.

Y los últimos capítulos contienen los resultados, las conclusiones, las recomendaciones que dan respuesta a la solución de los problemas encontrados para el mejoramiento de la microfinanciera.

2.- Antecedentes

El microcrédito en Estelí se inició antes de los años 90, el banco popular desarrolló programas de crédito para los microempresarios con rango de 5,000 a 10,000 córdobas, plazos cortos, sistema de pago diario, semanal y quincenal, tasas de interés de 10% y 15% mensual, mejorando su crecimiento económico, como parte del proceso de investigación, se realizó búsqueda de tesis relacionadas con el impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por las micro financieras a las Mi Pymes. A través de diferentes medios de información, en sitios web y en la biblioteca “Urania Zelaya” de la Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí, A continuación, se presentan las siguientes tesis:

A nivel internacional:

Según (Ramón, 2016) autores del trabajo de titulación para optar por la carrera de Contador público, con el tema **“Influencia del micro finanzas en el desarrollo económico empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones González de la ciudad de Chiclayo. 2015”** elaborada por Br. María Cristina Benites Ramón, llegando a la conclusión de que existe notablemente una influencia positiva de las micro finanzas en el desarrollo empresarial de los comerciantes del mercado José Quiñones Gonzales. Estos comerciantes no solo se han beneficiado de manera económica, sino también han aprendido lo necesario que es planificar sus actividades y el trazarse objetivos a largo plazo, aspectos importantes del desarrollo empresarial que les permitirá mantenerse activos por muchos años más.

A nivel Nacional:

Tesis de licenciado en Economía

También (Guillermo, 2017) en la tesis de graduación en Economía con el tema **“Crecimiento económico”** con el objetivo de analizar el fomento a la producción alimentaria por parte de la microfinanciera FDL en el municipio de Moyogalpa - Rivas, durante el periodo 2013-2015, la cual fue elaborada por Bra. Greysi Janibeth Rivera Meza y BR. Moisés Guillermo Monge Paizano, Con las entrevistas realizadas a los productores, se pudo constatar que ellos presentan un alto nivel de satisfacción por los créditos recibidos de la microfinanciera; son conscientes que debido a las características del sector agropecuario se derivan una serie de limitantes que les impide obtener ganancias mayores, estas carencias de efectivo conllevan a que requieran de financiamiento para poder

brindar el mantenimiento necesario para sus cultivos. Asimismo, son conscientes de la dificultad para poder cumplir con las exigencias establecidas por las instituciones bancarias, es por ello que visualizan a las micro finanzas como un mecanismo de solución para sus necesidades crediticias, que les permite continuar con el normal desenvolvimiento de sus actividades productivas.

A nivel Local:

Para (Kathering Betanco, 2019) en la tesis de Licenciado en la carrera de Banca y Finanzas con el tema **“Impacto socioeconómico de los microcréditos al sector comercio de Estelí, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “MODERNA, R,L ” I semestre del año 2018,** elaborada por Katherine Belén Betanco Benavidez, Elda Madahí Espinoza Laguna, Melida Dolores Paiva Pérez con el objetivo de determinar el impacto socioeconómico de los microcréditos al sector comercio de Estelí, por la cooperativa de Ahorro y Crédito MODERNA, R.L, I semestre del año 2018 se concluye que la incidencia del microcrédito en el sector comercio ha sido positivo puesto que han generado mayores ingresos y crecimiento económico a nivel micro empresarial de los socios así mismo la cooperativa ha incrementado sus operaciones.

Tesis para optar a la licenciatura en Banca y Finanzas con el tema **“Incidencia del control interno administrativo en el proceso de recuperación de cartera de crédito de micro financiera ASODENIC sucursal Estelí, durante el primer trimestre del año 2016”** elaborada por Meyling Raquel Centeno Montenegro, Katia Rosmeris Flores Espinoza y Diana Clelia Herrera Blandón con el objetivo de Evaluar la incidencia del control interno administrativo en el proceso de recuperación de cartera de crédito de micro financiera ASODENIC Sucursal Estelí, concluyendo que en la microfinanciera existe un manual de control interno en donde se establecen procedimientos y metas propuestas para que sean desarrolladas en el proceso de las operaciones realizadas por los colaboradores de la institución, lo que indica que el incumplimiento a estas normas provocaría deficiencia para el crecimiento de la empresa como es el caso antes mencionado que hay una irregularidad en la recuperación de créditos en los grupos solidarios y bancos de confianza esto a consecuencia de que este tipo de crédito no exige garantía. (Blandon, 2016)

Para (Calero, 2021) en su tesis para optar a la licenciatura en Banca y Finanzas con el tema: **“Impacto del microcrédito en pequeños negocios otorgados por USURA CERO a mujeres microempresarias que habitan en el barrio Dios proveerá de la ciudad de Estelí, durante el año 2019”** elaborada por Juan de Jesús Calero, Jonny José Huete Gonzales y Lucileydin Melgara Romero, llegando a la conclusión de que los procesos de otorgamiento de crédito

que ofrece el programa son muy accesibles para que las mujeres puedan emprender y lograr sus objetivos, muchas de las beneficiarias han logrado obtener microcréditos con usura cero para superarse económicamente.

Los temas anteriores que se han tomado como antecedentes están relacionados a los impactos del microcrédito; sin embargo, la diferencia está en el impacto socioeconómico que genera la microfinanciera en los sectores marginales de la ciudad de Estelí.

3-. Planteamiento del Problema

El microcrédito surgió a comienzos de los años setenta como una solución a la imposibilidad de que los pobres puedan acceder a los mercados financieros y a tecnologías de punta que faciliten sus procesos productivos y los coloque en mejores condiciones de competencia. Si bien el microcrédito ha sido el impulsor de grandes cambios en las economías en las que se ha implementado, aún no se ha determinado el impacto que ha tenido, especialmente a nivel local.

En el barrio Oscar Gámez N°2 existe actividad económica de las MIPYME y no tienen acceso a servicios financieros tradicionales y se ven envueltos en una espiral de exclusión financiera que no les ofrece oportunidades para escapar de la exclusión social.

Cuando hablamos de exclusión financiera nos referimos a las personas que no tienen acceso a los servicios financieros básicos (crédito) y son dos los principales motivos que pueden provocar esta exclusión:

El primero es que no existe ninguna entidad financiera que sostenga una política de crédito accesible, que llegue a la pequeña microempresa social, además no ofrecen muchas oportunidades de negocio, los bancos tradicionales no tienen ningún interés en atender ampliamente a este sector.

Un segundo motivo es que, a pesar de existir entidades bancarias, los pobres no pueden acceder a sus servicios. Los bancos tradicionales solo atienden a los “de mayor capital”: las personas pobres no tienen ninguna posibilidad de conseguir un crédito y menos aún si son mujeres. Por consiguiente, existe un gran número de micro negocios que no tienen donde capitalizar sus inversiones, guardar sus ahorros, ni pueden pedir un crédito o realizar una transferencia.

Ante este reto, la microfinanciera CONFIANZA, y en particular el tipo de microcrédito que ofrece, se va consolidando progresivamente como una herramienta esencial para la promoción del autoempleo, el apoyo a las microempresas y la lucha contra la exclusión social y financiera. Los microcréditos se otorgan esencialmente para financiar la realización de actividades productivas, económicas y de servicios que pueden contribuir a la mejora de la situación económica de las familias y con su generalización, las tasas de exclusión financiera, una de las formas de exclusión social, podrían llegar a disminuir notablemente.

Teniendo en cuenta lo expuesto, se esboza el siguiente interrogante: ¿Cuál ha sido el impacto de los microcréditos otorgados por la microfinanciera Confianza en las MiPymes del Barrio Oscar Gámez N°2?

3.1.- Formulación del Problema

Preguntas Problema

¿Cómo influye el microcrédito de la microfinanciera CONFIANZA en la actividad económica de los microempresarios del barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí, durante el primer semestre del año 2022?

3.2-Sistematización del problema

- ¿Cuál es el procedimiento que la microfinanciera CONFIANZA aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en la ciudad de Estelí?
- ¿Cuánto es el porcentaje de satisfacción en los microcréditos otorgados por la microfinanciera Confianza a las MiPymes del barrio Oscar Gámez N° 2 de la ciudad de Estelí?
- ¿Cuenta la microfinanciera CONFIANZA con estrategias comerciales de microcrédito para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas?

4.- Justificación

Debido a que, en la ciudad de Estelí, existen un sin número de negocios, los cuales, de una u otra manera por las altas expectativas de crecimiento económico, tienden a ser parte de los microcréditos de diferente micro financieras. Cabe destacar que resulta de interés la presente investigación sobre los microcréditos realizados por la microfinanciera “CONFIANZA” al barrio Oscar Gámez N° 2 por su impacto en el desarrollo socioeconómico que estas MiPymes pueden alcanzar.

Es de gran importancia determinar el impacto económico y la capacidad de capitalización que tiene el microempresario con este tipo de financiamiento, si se aspira a alcanzar el desarrollo económico, se puede decir que en la actualidad todo microempresario de la ciudad de Estelí, tiene como mínimo dos fuentes de financiamiento de microcrédito, por lo tanto, de alguna manera puede estar siendo beneficiado o perjudicado por los servicios de crédito de las micro financieras.

De la misma manera, se determinará si es un mecanismo válido para el crecimiento económico como consecuencia de la formalización del empresariado en la región, ya que la formalización permite generar competitividad. Esto a su vez favorecerá el acceso futuro a préstamos y créditos en diferentes bancos, cajas o instituciones financieras, mayores posibilidades de acceder a nuevos mercados y de generar posicionamiento en el mercado al cual se incursiona.

La investigación consentirá establecer los factores de correlación entre el otorgamiento del microcrédito y algunas variables económicas en las cuales, no sólo el gobierno nacional, sino también organismos internacionales, han fijado sus objetivos para los próximos años. Así mismo, se propone un análisis del microcrédito como herramienta facilitadora del diseño de políticas claras que permitan que a través de este mecanismo se pueda lograr que las MiPymes en el Barrio Oscar Gámez N°2 puedan recibir los beneficios que la microfinanciera CONFIANZA puede otorgar por en sencillo hecho de que estas son agente económico formalmente establecido y las posibilidades de desarrollo que ello trae para la microfinanciera un desarrollo y consolidación en su incidencia económico social.

Mediante el desarrollo de entrevista y encuesta a profundidad sobre los aspectos socio económicos, de cada uno de las MiPymes encuestados, podremos determinar el impacto económico que tienen en su nivel de vida.

Al realizar este trabajo tendremos conclusiones cuantitativas y cualitativas del impacto económico del microcrédito para los microempresarios de la ciudad de Estelí, para valorar el aporte al per cápita de las familias.

El estudio facilitará un instrumento aplicable al sector, una información estadística congruente con la realidad y unas conclusiones válidas para la industria, aplicables a la realidad de Nicaragua.

5.- OBJETIVOS

5.1.- Objetivo general

Analizar los factores socioeconómicos del microcrédito en la MiPymes del barrio Oscar Gámez No. 2 otorgados por la microfinanciera “CONFIANZA” de la ciudad de Estelí.

5.2.- Objetivos específicos

- Identificar el procedimiento que la microfinanciera “CONFIANZA” aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en el barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí.
- Determinar los factores socioeconómicos del microcrédito en las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 Otorgados por la microfinanciera “CONFIANZA” en la ciudad de Estelí.
- Proponer estrategias comerciales de microcrédito a la microfinanciera “CONFIANZA” para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas.

6.- FUNDAMENTACION TEÓRICA

En este acápite, se plantean ideas teóricas que se consideran válidas y que actualmente existen sobre el problema y son las que sustentan de manera coherente el tema de estudio al guardar estrecha relación entre los conceptos y el contexto. Este genera una referencia general que sólo tiene por finalidad exponer lo que se ha hecho hasta el momento, para esclarecer el fenómeno objeto de investigación.

6.1 Impacto Socioeconómico

6.1.1- Definición

Según, (WBCSD, 2013) “impacto socioeconómico” es el cambio a nivel de los objetivos en los activos, las capacidades, las oportunidades y el nivel de vida de la población. El impacto socioeconómico puede ser tanto positivo como negativo, intencional o accidental, temporario o duradero.

La idea de **impacto económico**, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca **consecuencias** en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. El impacto económico está asociado al efecto de una medida o decisión sobre la economía.

6.1.2 - Ejemplos de impacto económico

Supongamos que anuncia un **incremento masivo de los impuestos y de las tarifas de los servicios públicos**. Esta decisión tiene un impacto económico en la población ya que las personas deberán destinar un porcentaje mayor de sus ingresos para cumplir con sus obligaciones ante el Estado y para cubrir sus necesidades básicas. Esto, a su vez, hará que tengan menos dinero disponible para otros gastos, es decir, contratarán menos servicios y comprarán menos productos. La actividad económica de la nación, de este modo, sufrirá una contracción. En definitiva, el impacto económico del anuncio gubernamental es evidente.

Por otro lado, si una multinacional informa que realizará una **inversión millonaria** en un pequeño pueblo para abrir una planta industrial y generar 3000 puestos de empleo, dicha decisión tendrá un enorme impacto económico en la localidad. Los habitantes se verán beneficiados por la actividad productiva y por el movimiento de dinero que se generará con la inauguración.

Con todo esto podemos deducir que cualquier empresa que alcance sus objetivos tiene un impacto económico, en mayor o menor grado. Si bien este concepto suele asociarse con los grandes **éxitos** o fracasos, no debemos olvidar que un mero efecto en la economía de alguien ya es suficiente para evidenciar su presencia. (Gardey, 2018)

Si bien los impactos económicos también se relacionan con el tipo de efecto que provocan, pueden ser:

- **Directos:** Se incluye la producción, los gastos y los trabajos generados por algún proyecto.
- **Indirectos:** Aquellos que se producen en otros sectores debido a la inversión.
- **Inducidos:** Los que se deben a generación o fortalecimiento del tejido económico gracias a la derrama económica de la empresa.

6.1.3 - Importancia del impacto económico

Es importante evaluar el impacto económico de un proyecto en una empresa antes de ponerlo en marcha. Este concepto se relaciona con el de **impacto social**, que es la consecuencia que produce una acción dada en una comunidad. Si bien los planos en los que repercuten directamente cada uno de ellos son diferentes, están íntimamente ligados

Durante el proceso de planeamiento, por lo tanto, debemos hacernos preguntas acerca de las **consecuencias** positivas y negativas que podemos causar en cada individuo, dependiendo de la magnitud de la empresa, a nivel nacional o internacional. Los factores implicados en el porqué de la medición del impacto social son múltiples: hacer tangible nuestro propósito (mejora de la autoestima), para mejorar la toma de decisiones (que no se trate sólo de justificar un proyecto), ganar legitimidad (lo que no se mide, no existe), para ampliar los canales de financiación y finalmente para comunicar los logros y resultados. (Gardey, 2018)

6.1.4 - Cobertura

En opinión de Thalfá Ortega en su artículo “Impactos sociales y económicos” nos dice que, los alcances del impacto socioeconómico en la población y en el entorno pueden ser:

- La creación de empleos.
- El crecimiento de la región.
- Los precios.

- La interacción entre competidores.
- Influencia en la recuperación económica

El establecimiento de una compañía en alguna región conlleva siempre una implicación en cuanto a derrama económica. (Ortega, 2021)

6.1.5 - Impacto Positivo

Existen tres áreas donde se refleja el impacto socioeconómico:

➤ **Impacto Familiar**

- Aumento del ingreso familiar
- Incremento del empleo independiente
- Adquisición de máquinas y herramientas

➤ **Impacto social y a nivel del hogar**

- Mejoras en las condiciones de vivienda
- Educación con el acceso a entrenamientos y capacitaciones
- Alimentaria a partir de cambios en la dieta familiar

➤ **Impacto a nivel de la persona**

- Desarrollo de la autoestima
- Mayor socialización
- Capacidad en la toma de decisiones

Ejemplo: Una persona decide emprender por su cuenta el desarrollo de una aplicación informática con el objetivo de comercializarla; su lanzamiento es todo un éxito y por lo tanto decide seguir adelante con nuevos proyectos, pero esta vez con la colaboración de otro experto. El impacto económico de este proyecto pequeño, por lo tanto, alcanzó la vida del otro profesional, ya que le proporcionó la oportunidad de conseguir un puesto de trabajo. (Herrera, 2014)

6.1.6.- Impacto Negativo

Como expresa (García, 2021) en el impacto negativo, la mayoría de los individuos que viven día a día con los recursos extremadamente limitados reconocen sus características inmediatamente: pérdida o no generación de empleos, aumentos en los índices de criminalidad, servicios y bienes públicos de mala calidad o ausentes, y un malestar generalizado por la falta de ingresos suficientes para cubrir las necesidades vitales.

6.1.7 - Medición

Medir el impacto socioeconómico puede servir para responder a toda una gama de imperativos estratégicos, por ejemplo, impulsar a los gobiernos a mejorar el entorno favorecedor del negocio, fortalecer las cadenas de valor, y fomentar la innovación en productos y servicios para captar nuevos mercados y aumentar los ingresos. Pero para que el ejercicio de medir este impacto alcance su máximo potencial como motor de la creación de valor debe estar plenamente alineado con la estrategia corporativa, y ser parte integral de la gestión de la empresa.

Para lograrlo, debemos rediseñar el alcance de las estrategias corporativas y los procesos de medición, gestión y elaboración de informes. Integrar la medición a los procesos corporativos, sirve para resaltar los factores estratégicos del impacto socioeconómico de la empresa, las actividades y vías a través de las cuales se genera ese impacto.

Lo ideal sería tener un criterio para el mundo empresarial que tome en cuenta el desempeño financiero, socioeconómico y ambiental. Hoy en día, la presión y el entusiasmo de los empleados, suelen ser lo que motiva a las empresas a medir sus impactos socioeconómicos, pero son ellos mismos los que también suelen criticar a las compañías por no llevar a la acción aquello que surge de la medición.

En la medida en que la medición del impacto socioeconómico sea vista como un ejercicio aislado y dirigido sólo a la comunicación, nunca tomará impulso, y no habrá de generar el valor que tanto empresas como empleados esperan ver. Es necesario realizar informes integrados que sirven para mostrar, en forma clara y concisa, la capacidad de una empresa de crear y sostener valor en el corto, mediano y largo plazo mediante la vinculación de su desempeño estratégico, financiero y de gobernabilidad con el contexto social y ambiental en el que se inserta.

En particular, una comprensión más cabal de las perspectivas de la industria es capaz de conferir una importancia mayor a los factores estratégicos de los impactos socioeconómicos de las empresas en un determinado sector, lugar geográfico o entorno, y pondrá más de relieve las vías a través de las cuales se genera ese impacto. Esto ayudará a los posibles socios a entender cuáles son los impactos con más potencial de una compañía, de dónde vienen, cómo se manifiestan, qué puede hacerse a gran escala, y de qué manera el trabajo en colaboración sirve para mitigarlos si son negativos, u optimizarlos si son positivos.

El impacto socioeconómico y la actividad empresarial son dos cosas íntimamente relacionadas. La práctica de medir el impacto socioeconómico está

en ciernes, pero si se logra integrarla en la gestión de las empresas y emplearla para impulsar una colaboración más eficaz entre compañías, gobiernos y sociedad civil, encierra grandes promesas, como vehículo de nuestros esfuerzos colectivos por responder a las necesidades de la humanidad. (WBCSD, 2013)

6.1.8 Ingresos en la economía

El ingreso es la cantidad de recursos monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo. El ingreso puede tomar la forma de sueldos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, dependiendo el factor de producción que lo reciba: trabajo, capital, tierra, etc.

Los ingresos económicos son factores importantes para determinar la calidad de vida de una persona y poder de mercado, siendo este factor quien financia las diferentes áreas de operaciones, permitiendo que se fortalezcan y mejoren los objetivos, metas y proyecciones. (Marilu, 2015)

6.2 - Microcrédito

6.2.1 – Definición

Microcrédito, en economía y finanzas, es la extensión de préstamos muy pequeños a prestatarios pobres que típicamente carecen de un colateral, un empleo fijo o un historial de crédito verificable. El microcrédito es una modalidad de financiamiento que se caracteriza por prestar cantidades reducidas de capital para impulsar proyectos productivos de las pymes en los distintos sectores de la economía.

El microcrédito forma parte del concepto más amplio de microfinanzas. Los microcréditos son pequeños préstamos que se conceden principalmente a emprendedores pequeños y / o emprendedores (muy a menudo mujeres) en países en desarrollo, que la mayoría de los bancos tradicionales consideran un riesgo crediticio demasiado grande debido a falta de garantía, un ingreso mensual fijo y efectivo.

Un microcrédito brinda a estos emprendedores la oportunidad de invertir, para mejorar su situación financiera y su futuro. Se trata de ayudarse a uno mismo a desarrollarse (financiar el desarrollo) y no solo dar dinero. El microcrédito está pensado y ofrecido inicialmente como una iniciativa sin ánimo de lucro, pero a veces también con ánimo de lucro. (Gil, Microcreditos, 2016)

6.2.2.- Características

- **Intereses Moratorios:** es lo que se te va a cobrar por el hecho que no pagues tu crédito en la fecha pactada

- **Monto de crédito:** es la suma total de dinero que la institución financiera te está prestando y que tendrás que devolver dentro de un plazo determinado pagando una cantidad de intereses.
- **Cuota del préstamo:** cantidad de dinero que vas a pagar en la periodicidad definida; tiene dos componentes: amortización a capital y la tasa de interés mensual (o puede tener otros conceptos de pagos como intereses de mora, seguros, entre otros)
- **Prestamista o acreedor:** es quien presta el dinero
- **Cliente:** es toda persona física o jurídica que compra un producto o recibe un servicio y que mantiene una relación comercial con la empresa, existen 2 tipos de clientes
 - a. Clientes Actuales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.
 - b. Clientes Potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro. (Santy, 2020)
- **Deudor:** es quien pide el crédito y está a cargo de retornar el dinero al prestamista
- **Codeudor:** es otra persona que asume la responsabilidad de retornar el dinero prestado y en algunos casos ayuda a pagar la cuota. Es quien, incluso, podría llegar a cancelar la totalidad del crédito.
- **Capital del préstamo:** El capital al que podemos acceder. Esta es la **cantidad de dinero máximo que la entidad financiera tiene establecida** como tope a conceder para cada producto financiero.
- **Plazo de devolución o amortización:** El **plazo de devolución**, o lo que es lo mismo, el tiempo durante el que nos van a prestar el dinero. Pueden ser decenas de años, como los préstamos hipotecarios, que pueden financiar la compra de una vivienda o un proyecto emprendedor de gran cuantía, o meses, más orientados a solventar gastos imprevistos o necesidades de consumo inmediatas.
- **Tipo de interés de un préstamo:** El **tipo de interés**, que es el precio que se pagará por recibir el dinero durante el plazo que dure la operación. Se muestra en porcentaje. **A mayor tipo de interés, más nos costará nuestro**

préstamo, si bien no es sólo esto en lo que nos tenemos que fijar para saber si un producto financiero es caro o barato, ya que tendremos que valorar también las **comisiones de estudio o de cancelación**.

- **Formas de pago:** Se refiere a la manera de calcular las cuotas durante el plazo del crédito y cómo se comporta con los prepagos del cliente. Los pagos se pueden hacer en las sucursales de la institución bancaria hasta la fecha límite de pago, y a través de los medios y lugares pactados en el contrato, como efectivo, cheque o transferencia electrónica
- **Garantías y/o avales:** Las **garantías y/o avales** que la entidad financiera nos puede pedir para asegurar la devolución del crédito. Suele ser una de las claves para obtener financiación de un banco, si bien, dependiendo del importe del crédito puede ser que no nos soliciten dichas garantías. (Navarro, 2019)
- **Tasa de interés:** es el pago que recibe un inversionista por prestar su dinero a un agente denominado “deudor”, durante un plazo determinado. De manera análoga, a la tasa de interés se le denomina “precio del dinero”, ya que mide cuánto le cuesta a un agente tener dinero en el bolsillo o usar el dinero de otro. (Regulador del mercado de valores, 2019)

6.2.3.- Requisitos

- **Entender el negocio del cliente:** El conocimiento detallado de la manera cómo funciona el negocio es indispensable, no solo para determinar la periodicidad de los pagos, sino también para tener claros los riesgos inherentes a cada tipo de empresa.

- **Evaluar estados financieros:** Los estados financieros, por naturaleza, reflejan la situación económica y la evolución de las cifras de cada empresa.

- **Analizar de indicadores:** Una herramienta muy útil es la aplicación de indicadores financieros, con el fin de determinar las fortalezas o debilidades que la empresa pueda tener en materia de liquidez (capacidad de pago a corto plazo), márgenes de rentabilidad, situación de endeudamiento y costos del mismo y; finalmente, solvencia o capacidad de pago a largo plazo.

- **Capacidad de pago:** Una herramienta de gran utilidad para evaluar la capacidad de pago es el flujo de caja razonablemente proyectado.

- **Ser mayor de 18 años:** Con capacidad de contraer obligaciones.

- **Cedula original y copia:** Para comprobar su identificación.

- **Garantías prendarias:** Se necesitan como soporte del crédito solicitado en caso de no hacer frente a la deuda en un futuro.

- **Recibo de agua y luz:** Para ver reflejados los montos de los servicios básicos.
- **Plan de inversión:** se genera la información necesaria para formular el presupuesto de Costos y Gastos.
- **Historial crediticio:** Facilitan información acerca de los hábitos de pago del cliente: si presenta un historial limpio de crédito, si ha tenido dificultades, pero las ha superado de manera adecuada, si -por el contrario- subsisten problemas sin resolver que dificulten la decisión de crédito. (Anaya, 2019)

6.2.4 - Importancia del microcrédito

Actualmente no se puede entender ningún tipo de negocio, ya sea para una pyme, autónomo, empresa, etc. que en su momento no necesite o pueda necesitar un crédito. El crédito es importante porque facilita, en un momento dado, el tener liquidez para poder comprar, hacer pagos, algún tipo de inversión, etc. Actualmente, el crédito es un tema que, en la mayoría de las entidades financieras, exigen un mínimo de liquidez a la empresa para asegurarse el cobro de éste, en caso de que el deudor no pueda hacer frente a los pagos.

El crédito no sólo ayuda en muchos aspectos empresariales, sino que, además, aporta confianza en el sistema financiero de un país, evita que el tejido industrial del mismo se rompa y, sobre todo, de cara al exterior invita a la inversión de todo tipo de empresas extranjeras en el propio país.

Si bien es cierto que actualmente el principal problema que existe en la mayoría de los países, debido a la crisis, es que las entidades financieras no dan créditos a sus clientes, parece que esta tendencia está cambiando ya que las propias entidades se dan cuenta de que, si no facilita el crédito, esto al final repercute negativamente en su economía.

El valor del crédito está en que, con las condiciones adecuadas, todos nos podemos beneficiar de él, en mayor o menor medida. Además, nos ayuda en muchas situaciones personales y profesionales que podemos tener.

El crédito es un elemento que está y que siempre estará dentro de la economía de un país y que es necesario, esencial, para que el propio país tenga solvencia, la capacidad empresarial y el apoyo social necesario para mantener un gobierno y dar estabilidad a una sociedad, a una economía y al propio país. (Editorial, 2014)

6.2.5- Tipos de Microcréditos

- **Créditos tradicionales:** Préstamo que contempla un número de cuotas a convenir. Habitualmente estas cuotas incluyen seguros ante cualquier siniestro involuntario.
- **Crédito comercial:** Préstamo que se realiza de indistinto tamaño para la adquisición de bienes, pago de servicios de la empresa o para refinanciar deudas con otras instituciones y proveedores de corto plazo.
- **Crédito hipotecario:** Es un préstamo utilizado para la compra de una propiedad ya construida, un terreno, la construcción de viviendas, oficinas y otros bienes raíces, con la garantía de la hipoteca sobre el bien adquirido o construido; normalmente es pactado para ser pagado en el mediano o largo plazo (8 a 40 años, aunque lo habitual son 20 años).
- **Crédito personal:** Dinero que entrega el banco o financiera a un individuo, persona física, y no a persona jurídica, para adquirir un bien mueble (entiéndase así por bienes que no sean propiedades/viviendas).
- **Crédito prendario:** Dinero que le entrega el banco o entidad financiera a una persona física, y no a personas jurídicas para efectuar la compra de un bien mueble, generalmente el elemento debe de ser aprobado por el banco o entidad financiera, y puesto que este bien mueble a comprar quedara con una prenda, hasta una vez saldada la deuda con la entidad financiera o Bancaria.
- **Crédito rápido:** Es un tipo de préstamo que suelen comercializar entidades financieras de capital privado, de baja cuantía y cierta flexibilidad en los plazos de amortización. Se trata de créditos de pequeñas cantidades que son devueltos en un corto espacio de tiempo, de manera que los intereses no se conviertan en una gran deuda. La mayoría de créditos rápidos son solicitados a través de Internet y pueden ser concedidos a personas que se encuentran en listas de morosos.
- **Microcrédito:** Pequeña cantidad de dinero prestada a una persona pobre, normalmente sin bienes para respaldarla, con la finalidad de que emprenda un negocio o apoye el que ya tiene. (Romero, 2018)

6.2.6. - Ventajas y desventajas del microcrédito

6. 2.6.1 - Ventajas

- Permite solventar problemas de liquidez puntuales o financiar proyectos concretos que no requieren de un gran capital sin necesidad de acudir a una entidad financiera a pedir un préstamo.
- Debido a que los importes no suelen ser demasiado cuantiosos, la devolución del microcrédito puede ser muy cómoda, tanto en plazos como en cuota.
- Para los emprendedores es una vía de financiación inmediata, por lo que pueden recurrir a él sin necesidad de parar un proyecto.

- La mayoría no requiere avales ni garantías de ningún tipo para su concesión, por lo que no tenemos que comprometer a ninguna otra persona de nuestro entorno para que nos firme como avalista.
- Son una alternativa de financiación excelente cuando no es posible acceder a los métodos tradicionales.
- El **tipo de interés de los mismos es menor** que el de otros productos de financiación.
- Existen muchos tipos de microcréditos en el mercado en función del colectivo al que están destinados: jóvenes, mujeres, emprendedores... (Jimenez, 2017)

6.2.6.2. - Desventajas.

Como señala, (Infante, 2020) pese a las ventajas que ofrece este tipo de financiación, conviene saber que se trata de microcréditos rápidos que han de utilizarse solo de forma excepcional para cubrir algún tipo de imprevisto o urgencia ya que los gastos pueden ser elevados.

Entre sus desventajas se destacan:

- **Coste elevado.** La principal desventaja de este tipo de financiación es los costes que supone, puesto que los intereses y las comisiones suelen ser mucho más elevadas respecto a un préstamo tradicional. Esto se debe fundamentalmente a la facilidad y rapidez con la que se concede el microcrédito. Además, al tratarse de un crédito que no exige prácticamente ningún tipo de garantías al usuario, las entidades se cubren ante el riesgo de impago porque puede llegar a ser muy alto.
- **Sobreendeudamiento.** La facilidad con la que se conceden este tipo de préstamos puede suponer un riesgo para el cliente debido a que existe una alta probabilidad de endeudarse y acabar en una lista de morosos. Si cada vez que necesite dinero acude a este tipo de financiación y la utiliza para ir pagando un crédito con otro, podrá verse envuelto en una espiral de deudas sin salida.
- **Intereses altos por retrasos en el pago.** Si se tienen dificultades para afrontar el pago en la fecha estipulada, se podrá optar a una prórroga. No obstante, la ampliación de la fecha de vencimiento tendrá unos costes. Además, se deberán pagar los intereses que se acumularán hasta la nueva fecha de vencimiento.

6.2.7 - Seguro de los microcréditos: es un instrumento al servicio de las empresas que venden tanto en el mercado local como en el exterior. Garantiza la pérdida económica derivada del impago de las ventas a crédito de un

asegurado con su cliente. El seguro del microcrédito permite optimizar la gestión de los riesgos de un asegurado protegiendo sus cuentas comerciales contra un posible riesgo de mora prolongada y de insolvencia de sus clientes. En la venta al contado no existe riesgo de impago, donde existe riesgo es en la parte aplazada de una operación a crédito. El seguro de crédito cubre el riesgo de impago desde la entrega de la mercancía al cliente hasta la fecha de pago.

Figuras relacionadas con el contrato de seguro:

- **La compañía aseguradora:** Entidad que emite la póliza y que cubre el riesgo de insolvencia definitiva de los deudores (clientes) de su asegurado.
- **Asegurado (tomador del seguro):** Es la empresa vendedora que suscribe el contrato de seguro de crédito para la garantía de sus operaciones con clientes compradores. La garantía alcanza a todos los clientes del asegurado, siempre que cumplan las condiciones establecidas o no excluidas de cobertura. Entre las obligaciones que tiene es el pago de la prima y como consecuencia el derecho a cobrar la indemnización en caso de insolvencia. Es el cliente de la compañía aseguradora.
- **Deudor:** Parte esencial del riesgo a pesar de que no interviene directamente en la gestión ni en el contrato ya que no suscribe documento alguno de garantía ni tiene relación con el asegurador. De hecho, en muchos casos, el comprador desconoce la garantía sobre sus operaciones, es decir, quien compra a crédito un crédito o se le presta un servicio. (Barrio, 2017)
- **Póliza: La póliza de seguros es un contrato mercantil independiente, en el cual se recogen todas las condiciones generales y particulares que van a regir el contrato de seguro.** Por tanto, es un contrato oneroso y bilateral que obliga a una de las partes (asegurado) al pago de un precio (prima) y a la otra (asegurador) a asumir el riesgo correspondiente (indemnización).
- **Prima:** El precio del seguro.
- **Beneficiario:** La persona física o jurídica que es titular del derecho a la indemnización. (Maldonado, Poliza de seguro, 2016)

6.3 MiPymes

6.3.1 - Definición

De acuerdo con el Decreto-Ley No. 46, son “aquellas unidades económicas con personalidad jurídica, que poseen dimensiones y características propias, y que tienen como objeto desarrollar la producción de bienes y la prestación de servicios que satisfagan necesidades de la sociedad”.

La micro, pequeña **y mediana empresa**, es una empresa que cuenta con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. La MiPymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

Las micro, pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una MiPymes nunca podrá superar ciertas ventanas anuales o una determinada cantidad de personal. (Alvarez M. , 2009)

6.3.2 - Características

De manera muy general todas las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) comparten casi siempre las mismas características, por lo tanto, se podría decir, que estas son las características generales con las que cuentan:

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una “sociedad”.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica.
- Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va de 16 hasta 250 personas.
- Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.
- Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional.
- Están en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y aspira a ser grande.

- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades.
- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo. (Medina, 2010)
- Se caracterizan por tener una cantidad reducida de trabajadores y el volumen e ingresos de sus negocios son moderados, en comparación con grandes corporaciones industriales o mercantiles.
- El rasgo fundamental de estas empresas radica en que sus socios son los propietarios y que se constituyen como sociedades mercantiles, bajo la forma jurídica de sociedad de responsabilidad limitada, lo cual implica que la responsabilidad que cada socio adquiere se encuentra determinada por el capital que aportó para la constitución de la compañía.
- A su vez, las micro, pequeñas y medianas empresas se diferencian entre sí por el número de personas que las conforman, incluidos los socios. Las microempresas poseen de una a 10 personas; las pequeñas empresas de 11 a 35, mientras que las medianas desde 36 hasta 100, distingue el Decreto-Ley.
- También, en cuanto al tipo de propiedad, pueden ser privadas, estatales o mixtas. En las privadas, el dueño o socio es una o varias personas naturales; en las estatales esta función la desempeña el Estado; y las mixtas son una combinación de ambas.

6.3.3 - Importancia

En la actualidad, indiscutiblemente la MiPymes, tiene una gran importancia tanto en países industrializados como también en países en vías de desarrollo. En una gran cantidad de estudios empíricos en distintos países se hace alusión a que estas empresas son las verdaderas creadoras de empleo. Debido a su capacidad de producción, a su potencial innovador, a su gran flexibilidad, a su función de proveedor y distribuidor, como a su capacidad de generar empleos. Cuando se habla del segmento de la PYME, a menudo se habla de la columna vertebral de la economía, del motor del crecimiento económico o de la base para el desarrollo sostenible.

El papel que juega la PYME no solo es importante desde el punto de vista económico. También se habla cada vez más de la rentabilidad social de la PYME: es decir, que el beneficio total va más allá de la suma de las ganancias de todas las empresas. Con ello se hace alusión al efecto distributivo de la PYME con respecto a la riqueza y al crecimiento, como también a la consolidación de la responsabilidad propia y de la iniciativa, además es considerada un instrumento eficiente en la lucha contra la pobreza.

Debido al efecto agonizante ocasionado por la gran cantidad de pequeñas empresas, se ve contrarrestada la concentración del poder económico.

La existencia de un fuerte sector de PYME, es un requisito básico, no solo para lograr un crecimiento económico equilibrado, sino también para lograr una estabilidad política y social. (Howald, 2000)

6.3.4 - Funciones

Estas empresas pueden contratar bienes y servicios; deben rendir información estadística; y responder por sus obligaciones fiscales, crediticias, laborales, medioambientales y contractuales.

Al mismo tiempo, cuentan con autonomía empresarial, la cual les permite realizar importaciones y exportaciones; definir sus productos, servicios, proveedores, clientes, destinos e inserción en mercados; operar cuentas bancarias y acceder a fuentes lícitas de financiamiento; fijar los precios de sus bienes y servicios, con excepción de aquellos que sean de aprobación centralizada; realizar las inversiones requeridas para el desarrollo de la empresa; así como acceder a los fondos de financiamiento que se establezcan para ellas.

De igual forma, determinan los ingresos de sus trabajadores con el cumplimiento de los mínimos salariales establecidos; y pueden crear establecimientos sin personalidad jurídica dentro o fuera de la provincia donde radica su domicilio social. (Alvarez O. M., 2021).

6.3.5.- Clasificación de las MiPymes

Cuando hablamos de empresas, estamos realizando una **clasificación de la misma según distintas variables que le afectan directamente**. En principio, hay muchas formas de clasificar una empresa, ya que podríamos hacerlo con cualquier cosa que forme parte de ella. Sin embargo, a la hora de realizar una clasificación útil que pueda servir para estudiar aspectos importantes de la empresa, **hay que valorar cuáles son las variables con más relevancia dentro de la estructura de la misma**.

-Tipos de empresas según diferentes criterios

Según su actividad económica

- Empresas del sector primario. Agricultura, ganadería, pesca y minería. Pese a que algunos autores colocan la minería como parte del sector secundario, generalmente se considera una actividad del primario.
- Empresas del sector secundario (industrial). Empresas dedicadas a la industria y la construcción, es decir, la transformación de bienes.
- Empresas del sector terciario (sector servicios).

La **Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)** se encarga de clasificar a todas las empresas, asignando un código numérico según las actividades que desarrollen.

La clasificación se puede utilizar para medir el grado de desarrollo de un determinado país. En los menos avanzados, por ejemplo, lo que predomina es el sector primario. Cuanta más desarrollada esté la región, más desarrollado tendrá su sector terciario.

Según su ámbito geográfico

- Empresas locales (municipios).
- Empresas insulares.
- Empresas regionales.
- Empresas nacionales.
- Empresas multinacionales.

Según su dimensión

- Cantidad de activos financieros.
- Resultados al final de cada ejercicio (facturación).
- Plantilla de empleados.

Según su carácter familiar (o no familiar)

Una empresa es familiar **si la mayoría de la propiedad de su empresa (más del 50%) pertenece a una o más familias**, donde alguno de los miembros participa también en la gestión de la misma.

En una empresa familiar coinciden tres núcleos: la familia, la propiedad y los directivos y trabajadores. En cada uno de ellos existen diferentes objetivos, y la complejidad está en **gestionar los tiempos y los intereses de la familia**, es decir, saber pensar en el futuro empresarial mientras tienes en cuenta las opiniones de la familia.

Según la titularidad o propiedad

- Empresas privadas. Están en manos de particulares al 100%.
- Empresas públicas. Son empresas propiedad de alguna administración pública (gobierno, comunidad autónoma, cabildo...) al 100%.
- Empresas mixtas. Tienen una parte pública y una privada.

Una empresa privada puede convertirse en pública, al igual que una pública se puede privatizar. El paso de una empresa pública a privada, se conoce

como **privatización** (cuando deja de ser pública totalmente o una parte de ella). Una empresa privada se puede convertir en pública cuando la compra una administración pública, este caso se llama **nacionalización**

Según su forma jurídica (principales tipos)

- Empresa individual (empresario individual o autónomo). El empresario individual (comúnmente conocido como autónomo) es una persona física que realiza de forma individual y directa una actividad económica o profesional con fines lucrativos, independientemente de que dé o no contratos a trabajadores por cuenta ajena. La responsabilidad del empresario es limitada, y es el encargado de tomar todas las decisiones administrativas y de gestión
- Comunidad. Se constituye cuando la propiedad de un bien o derecho no se puede dividir a varias personas, formando parte de una actividad empresarial realizada en común. Es la forma más sencilla de la que disponen los autónomos para asociarse.
- Sociedad Anónima. Pensada para las grandes empresas, es una sociedad que tiene su capital dividido en acciones, siendo cada una de ellas un porcentaje de la propiedad de esa sociedad. Si una persona compra todas las acciones de una determinada empresa, se pasaría a denominar Sociedad Anónima Unipersonal.
- Sociedad de responsabilidad limitada. Está pensada para empresas más pequeñas, donde su capital se divide por participaciones (diferentes a las acciones). Solo se pone en riesgo el capital de las aportaciones ya hechas, y puede ser unipersonal (un solo propietario) o de nueva empresa. (Fabre, 2020)

Según su tamaño empresarial.

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores.
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores.
- Mediana Empresa: Personal entre 51 y 200 trabajadores. (Westreicher, 2007)

7.- SUPUESTO

7.1 - Supuesto de la investigación

A menor tiempo de plazo en los créditos, mayor será el impacto socioeconómico de las MiPymes de la microfinanciera CONFIANZA.

8.- Matriz de categorías y sub categorías

Cuestiones de Investigación	Propósitos Específicos	Categoría	Definición Conceptual	Sub Categoría	Fuente de información.	Técnica de Recolección de la Información	Ejes de Análisis
¿Cuáles son los factores socioeconómicos del microcrédito en la MiPymes del barrio Oscar Gámez N° 2 otorgados por la microfinanciera Confianza de la ciudad de Estelí?	Determinar los factores socioeconómicos del microcrédito MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 Otorgados por la microfinanciera Confianza en la ciudad de Estelí.	<ul style="list-style-type: none"> Factores socio-económicos Tendencia al ahorro Condiciones de crédito 	Factores Socioeconómicos son el social y experiencias económicas y realidades que ayudan a moldear la personalidad, actitudes y estilo de vida de los beneficiarios.	<ul style="list-style-type: none"> Mejora económica Mejora del Ingreso Mejora de condiciones materiales Mejora del negocio 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cientes del Programa de crédito <p>Secundaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Documentos del área de crédito. Registro de los Microempresarios de los créditos recibidos. Evaluaciones del programa. 	Encuestas a los clientes del programa	Impacto socio-económico del crédito
¿Cuál es el procedimiento que la microfinanciera CONFIANZA aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en la ciudad de Estelí?	Identificar el procedimiento que la micro financiera "CONFIANZA" aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en el barrio Oscar Gámez N 2 de la ciudad de Estelí.	Procedimiento de los créditos, plazo, tasa, fianza, forma de pago, montón de crédito	Procedimiento es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. El concepto, por otra parte, está vinculado a un método o una	<ul style="list-style-type: none"> Pasos para el otorgar créditos. Requisitos para obtener crédito Estrategias para atraer nuevos clientes Tiempo para otorgar crédito 	<p>Primarias</p> <ul style="list-style-type: none"> Colaboradores de la microfinanciera (Gerente de sucursal, Oficial de crédito, Gestor de cobro) <p>Secundarias</p> <ul style="list-style-type: none"> Manuales de créditos Expedientes de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista Investigación de documentos y estadísticas. 	Procedimientos de créditos utilizados en Confianza para las Mipymes

			manera de ejecutar algo.		<ul style="list-style-type: none"> Requisitos del crédito 		
¿Cuenta la microfinanciera CONFIANZA con estrategias comerciales de microcrédito para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas?	Proponer estrategias comerciales de microcrédito a la micro financiera 'CONFIANZA' para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas.	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias comerciales Capacitación de los clientes en plan de inversión 	Las estrategias de créditos son de suma importancia, ya que permite prevenir riesgo y problemas al transcurso del tiempo, y para ellos las organizaciones implementan nuevos proyectos,	<ul style="list-style-type: none"> Mejora económica Mejora del ingreso Mejora de condiciones de vida Rentabilidad 	<p>Primaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cientes del programa de Microcrédito. Funcionarios gestores de microfinanciera Confianza. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Encuestas 	Estrategias de mejora para la calidad del servicio de microcréditos para clientes actuales y futuros

9.-DISEÑO METODOLOGICO

9.1.- Tipo de Investigación

Según, (Santander, 2021) plantea que la **investigación cualitativa** implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Por esta razón, los resultados se expresan en palabras.

Este tipo de investigación se basa en el juicio de los investigadores, por lo que se debe reflexionar cuidadosamente sobre sus elecciones y suposiciones. Asimismo, es útil para explorar cómo o por qué han ocurrido los hechos, permite interpretarlos y contribuye a describir las acciones a realizar.

La investigación que se realizará en la Microfinanciera CONFIANZA en la ciudad de Estelí, pertenece según sus datos a una investigación cualitativa y cuantitativa, porque analizaremos las opiniones, valoraciones, resultados y expectativas de los microempresarios con respecto a los microcréditos que se les ha otorgado, obteniendo resultados positivos o negativos con respecto a los objetivos planteados.

Se recolecto información que parte de la implementación de instrumentos, mediante observación, entrevistas, análisis, además de las encuestas desarrolladas a los microempresarios.

Tipo de estudio

- **Según el tiempo de ocurrencia.**

Es un estudio descriptivo porque la información es recolectada mediante encuestas a los microempresarios.

- **Según periodo y secuencia de estudio.**

Es caracterizado como transversal porque se observa a una población y analiza datos de variables.

- **Según el análisis y alcance de los resultados.**

De acuerdo al trabajo que se desarrolla esta investigación es analítica, porque se describe, analiza y observa la realidad de los microcréditos.

9.2- Área de estudio

El área de conocimiento de esta investigación se rige bajo el área de ciencias económicas, la línea de investigación CEC-1: DESARROLLO SOCIOPRODUCTIVO, EMPRENDIMIENTO Y BIENESTAR y la sub línea CEC-1.1: COMPORTAMIENTO DE UNIDADES ECONÓMICAS, debido a que esta investigación es cualitativa y representa una propuesta de mejora empresarial que contribuye al bienestar social.

Y se rige bajo la SUB LÍNEA CEC-1.1: COMPORTAMIENTO DE UNIDADES ECONÓMICAS.

TEMA DE INVESTIGACION.

Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las MiPymes en barrio Oscar Gámez No. 2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022.

9.2.- Población, Muestra y Unidad de análisis.

9.2.1.- Población

La población de esta investigación son los clientes de la microfinanciera CONFIANZA S.A del Barrio Oscar Gámez No.2 de la ciudad de Estelí, que se registran 80 actualmente.

9.2.2.- Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (Lopez P. L., 2004).

La muestra de esta investigación será de **18** clientes de la microfinanciera CONFIANZA S.A. del barrio Oscar Gámez No.2 conforme la aplicación de la muestra de población infinita.

Tipo de muestreo

En el caso de la presente investigación, se llevará a cabo con los microempresarios del barrio Oscar Gámez No.2. Conforme aplicación de la población finita identificada según datos de la empresa actualmente.

9.2.3.- Unidad de Análisis

La unidad de análisis de esta investigación va dirigida a los microempresarios del Barrio Oscar Gámez No. 2, quienes serán los que nos brinden información con respecto a nuestra investigación, donde aplicaremos los instrumentos de investigación.

9.4.- Técnicas de recolección de datos

9.4.1.- Encuesta

La encuesta como herramienta fundamental de la investigación se trata de una guía de preguntas estructuradas que se realizara a la muestra de cliente de la microfinanciera la CONFIANZA S.A en el Bo. OSCAR GAMEZ No.2 (18) en total de un universo de 80 clientes que tiene en esta zona la empresa en la actualidad.

La encuesta que será de carácter cuantitativo y cualitativo nos brindará la información cuantificable, sobre los aspectos investigados que nos permita valorarla estadísticamente y cualitativamente, para responder a los objetivos, sacar las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

9.4.2.- Entrevista

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa.

Se efectuará la entrevista a los microempresarios del barrio Oscar Gámez No.2 de la microfinanciera CONFIANZA de la ciudad de Estelí, para obtener información acerca de la influencia y el impacto de los microcréditos otorgados por dicha microfinanciera

9.4.3.-Revisión Documental

Para llevar a cabo la recolección de datos, se tomaron en cuenta diferentes sitios web confiables, además libros de la biblioteca Urania Zelaya – FAREM Estelí, contando con información teórica de tesis realizadas similares necesarios para lograr los objetivos propuestos.

9.5.- Etapas de investigación

9.5.1.- Investigación Documental

La investigación documental nos permitió elaborar los antecedentes y el marco teórico, se consultaron documentos, biblioteca virtual, biblioteca Urania Zelaya – FAREM donde se pudo identificar diferentes documentos que serían útiles para este estudio como monografía, libros y documentos, entre otros materiales.

9.5.2.- Elaboración de Instrumentos

Se planteó el propósito de la investigación, estableciéndose, la muestra, los instrumentos de investigación como la encuesta, entrevista, observación de documentos que se realizara, a fin de obtener los elementos de información para el análisis y determinación de los resultados de la investigación total.

9.5.3.- Trabajo de Campo

Para realizar el trabajo de campo se llevará a cabo mediante las encuestas a los microempresarios, la entrevista a los funcionarios de la empresa que nos brindaron la información de la actividad crediticia y sus resultados, así como de la observación de documentos que nos corroborara la información crediticia y sus resultados.

9.5.4.- Elaboración del documento final

Para dicha elaboración, utilizamos instrumentos y herramientas de análisis de la información como fueron las entrevistas a funcionarios de la microfinanciera Confianza, encuestas a clientes activos de la microfinanciera y la revisión de documentos, procediendo a realizar el documento final de la investigación que estará integrado por el tema, los objetivos de la investigación, el problema, las variables, la metodología aplicada, las conclusiones del análisis de la información y las recomendaciones del trabajo.

10.- ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

Para empezar al análisis de los datos obtenidos por medio de la aplicación de las herramientas de recopilación de información, se dividirán los resultados en función de cada objetivo específico de la investigación. Con la aplicación de las técnicas de recolección de datos, que se aplicaron a las áreas de mayor relevancia de la entidad se obtuvieron los siguientes resultados, que permitirán dar cumplimiento a los objetivos relacionados con el:

“Impacto socioeconómico de los microcréditos que otorga la microfinanciera CONFIANZA a las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2”.

Se realizaron tres entrevistas al Licenciado Víctor Manuel Briones Soza que ejerce el cargo de gerente de sucursal, también se entrevistó al Ingeniero Yonatan Eliuth Zeledón Martínez quien es oficial de crédito y por último el Licenciado Lenin Manuel Rodríguez Rivera que ejerce el cargo de gestor de cobro; realizamos 18 encuestas a clientes activos de la microfinanciera dedicados a diferentes oficios, pero todos enfocados en el sector comercio.

Objetivo específico N°1:

Identificar el procedimiento que la microfinanciera “Confianza” aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en el barrio Oscar Gámez No.2 de la ciudad de Estelí.

Se realizaron tres entrevistas con funcionarios de la empresa y los resultados fueron los siguientes:

Productos y servicios

Según nuestra investigación el microcrédito es una modalidad de financiamiento que se caracteriza por prestar cantidades reducidas de capital para impulsar proyectos productivos de las pymes en los distintos sectores de la economía. (Navarro, 2019)

En la entrevista realizada a los tres colaboradores de la Microfinanciera CONFIANZA afirmaron:

“que ofrecen solo crédito pymes conforme las condiciones de esta modalidad”.

Tomando en cuenta el rumbo de la microfinanciera solo está enfocada al sector comercio principalmente a las MiPymes, consideramos que deberían expandirse a mas sectores de la microeconomía, además podrían ofrecer financiamientos de enseres para el negocio de los clientes.

Servicios o beneficios adicionales

Según (Barrio, 2017) el seguro de los microcréditos es un instrumento al servicio de las empresas que venden tanto en el mercado local como en el exterior. Garantiza la pérdida económica derivada del impago de las ventas a crédito de un asegurado con su cliente. El seguro del microcrédito permite optimizar la gestión de los riesgos de un asegurado protegiendo sus cuentas comerciales contra un posible riesgo de mora prolongada y de insolvencia de sus clientes. En la venta al contado no existe riesgo de impago, donde existe riesgo es en la parte aplazada de una operación a crédito. El seguro de crédito cubre el riesgo de impago desde la entrega de la mercancía al cliente hasta la fecha de pago.

Los colaboradores de La microfinanciera CONFIANZA sostienen que:

“ofrecen a sus clientes seguro del crédito en caso de muerte del deudor conforme las condiciones de INISER”

El seguro en el crédito juega un papel primordial en el momento de otorgar un crédito, en el transcurso de recuperar la colocación pueden pasar un sin número de imprevistos, por ende, el asegurar esta acción puede permitir a la microfinanciera no perder por completo el dinero invertido.

Diferenciación de servicios de Microcrédito de la microfinanciera CONFIANZA con respecto a otras instituciones financieras

(Regulador del mercado de valores, 2019) Dice que la tasa de interés es el pago que recibe un inversionista por prestar su dinero a un agente denominado “deudor”, durante un plazo determinado. De manera análoga, a la tasa de interés se le denomina “precio del dinero”, ya que mide cuánto le cuesta a un agente tener dinero en el bolsillo o usar el dinero de otro.

Según los colaboradores:

“La microfinanciera CONFIANZA tiene una tasa de interés de crédito atractiva en base a la competencia, varía solamente cuando el plazo del crédito es mayor.”

Por lo tanto, consideramos que competir con las demás instituciones microfinancieras con la tasa de interés es una manera ingeniosa de atraer a los clientes y de mantener su fidelidad.

Requisitos para optar a un Microcrédito

(Anaya, 2019) Menciona que los microcréditos deben tener los siguientes requisitos: Capacidad de pago, ser mayor de 18 años, cedula original y copia, garantías prendarias, recibo de agua y luz, plan de inversión e historial crediticio.

Y los colaboradores exponen que:

“Para ser cliente de la microfinanciera CONFIANZA se debe tener un negocio establecido seis meses a más, casa propia, capacidad de pago, servicios básicos, facturas del negocio y una garantía que cubra el crédito.”

La microfinanciera asume el riesgo de otorgar un crédito, pero primero debe estudiar con delicadeza cada movimiento anterior del cliente de manera rápida para atender su necesidad en tiempo y forma, por esta razón es tan necesario estudiar el perfil del cliente y además de esto, exigir los requisitos correspondientes con documentos que respalden la palabra del futuro consumidor.

Montos de crédito

El monto de crédito es la suma total de dinero que la institución financiera te está prestando y que tendrás que devolver dentro de un plazo determinado pagando una cantidad de intereses expresa (Navarro, 2019).

Los colaboradores de la microfinanciera CONFIANZA exponen que

“Ofrecen créditos desde 3,000.00 a 10,000.00 córdobas, incluso hasta 50,000.00 córdobas de acuerdo a la capacidad de pago, la garantía y la necesidad del cliente.”

Al ser microfinanciera, no pueden exceder los montos de créditos, si la situación de la empresa que solicita el crédito es macro, los encargados de resolver sus problemas financieros son entidades con mayor capacidad para otorgar montos más altos y a largo plazo, tomamos en cuenta que el capital y los activos del sector MiPymes es bajo, por lo tanto, los créditos son menores.

Plazos de los microcréditos

Con respecto a los plazos que se usa en el sector MiPymes; (Romero, 2018) nos dice que las cuotas son devueltas en un corto espacio de tiempo, de manera que los intereses no se conviertan en una gran deuda.

Los colaboradores de la microfinanciera CONFIANZA dicen que:

“Cuentan con plazos de 1 a 4 meses, dependiendo de las posibilidades y el gusto del cliente. Existen plazos mayores, pero solo en casos especiales y no exceden los 12 meses”

La microfinanciera no solamente cuida su capital, sino que también protege a su cliente del sobreendeudamiento, la mayoría de clientes trabajan con más de un crédito para solventar sus deudas y aumentar sus activos, entonces mientras más rápido se recupere el capital invertido el cliente podrá tener acceso a otro crédito sin la necesidad de acudir a otra entidad.

Formas de pago de los microcréditos

En la investigación (Navarro, 2019) expresa que las **formas** de pago se refieren a la manera de calcular las cuotas durante el plazo del crédito y cómo se comporta con los prepagos del cliente. Los pagos se pueden hacer en las sucursales de la institución bancaria hasta la fecha límite de pago, y a través de los medios y lugares pactados en el contrato, como efectivo, cheque o transferencia electrónica.

Pero los colaboradores de la microfinanciera relatan que:

“Todos los créditos de la microfinanciera se cobran semanal, con cobro en casa o el negocio, aunque el cliente tiene la posibilidad de presentarse a la sucursal a realizar su pago, y siempre es una cuota fija.”

Las microfinancieras cuentan con diferentes formas para recuperar su capital, pero el mantener la insistencia con cobro en casa es una manera de asegurar el pago del cliente, además el cliente no debe dejar sus actividades por acudir a la sucursal a realizar el pago, por lo tanto, la microfinanciera siempre demuestra el interés de recuperar el dinero sin tener que afectar el capital del consumidor de crédito retrasando sus labores en el negocio.

Tasas de interés reales

(Navarro, 2019) Dice que el interés es el precio que se pagará por recibir el dinero durante el plazo que dure la operación. Se muestra en porcentaje. A mayor tipo de interés, mayor será el costo de nuestro préstamo, si bien no es sólo esto en lo que nos tenemos que fijar para saber si un producto financiero es caro o barato, ya que tendremos que valorar también las comisiones de estudio o de cancelación.

Los colaboradores dicen que:

“la microfinanciera CONFIANZA cobra una tasa de interés del 13 % mensual y también deducen el seguro que equivale al 2 %. Todo esto pactado y explicado al cliente antes de otorgar el crédito. “

Antes de firmar el contrato de microcrédito, el cliente se informa de cada una de las formas en que se pagara su deuda, el interés es el mismo en cada cuota por lo tanto no varía y es transparente para que sea de fácil comprensión de ambas partes, cabe destacar que el interés es el precio que se paga por usar el dinero que la microfinanciera sede en momento de necesidad para el cliente.

Recargos por retraso en los pagos

Como señala (Infante, 2020) Si se tienen dificultades para afrontar el pago de la cuota en la fecha estipulada, se podrá optar a una prórroga. No obstante, la ampliación de la fecha de vencimiento tendrá unos costes. Además, se deberán pagar los intereses que se acumularán hasta la nueva fecha de vencimiento.

Según los colaboradores de la microfinanciera CONFIANZA relatan que:

“no cobra recargos, cuentan con un sistema automatizado que calcula en algunas ocasiones 0.50 córdobas por el retraso quincenal”

La microfinanciera no quiere perder su inversión, pero también no es opción perder a un cliente, por lo tanto, esta es una de las debilidades de la microfinanciera pues el cliente se puede confiar en que su cuota no variara, aunque exista retraso y el que calcula el sistema es demasiado bajo.

Porcentajes de mora que cobran

Los intereses moratorios es lo que se te va a cobrar por el hecho que no pagues tu crédito en la fecha pactada según (Navarro, 2019)

Los colaboradores de la microfinanciera exponen que:

“El porcentaje de mora por retrasos en los pagos está calculado en un 0.10 % de la tasa pautada por mes.”

La mora que se cobra por cuotas atrasadas es de igual manera sistematizada y es mínima, puesto que no se pretende llegar al sobreendeudamiento del cliente, sino recuperar la inversión, lo correcto es tener clientes responsables y que se hagan responsables de las deudas a las que han tenido acceso, aunque se haga un estudio del perfil integral del cliente siempre existe el riesgo de que falle en el transcurso de la operación por lo tanto lo indicado es cobrar una tasa de interés por mora más alto que la actual.

Segmentos de clientes

El cliente es toda persona física o jurídica que compra un producto o recibe un servicio y que mantiene una relación comercial con la empresa relata (Navarro, 2019)

Los colaboradores la microfinanciera CONFIANZA declaran que:

“La microfinanciera está dirigida específicamente al sector comercio”

Cada microfinanciera define el tipo de clientes y el tipo de economía a la que otorgara el crédito, en esta ocasión solo se dirigen al sector comercio, pero podemos descartar que esta es una debilidad de la microfinanciera pues al no asumir el riesgo de otorgar créditos a otros sectores como industriales, agropecuarios o financiamientos personales, abre paso de otras entidades a este público asumiendo que estos sectores también son parte de las MiPymes del país.

Tipos de clientes

(Santy, 2020) Expresa que existen 2 tipos de clientes: clientes actuales son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado y los clientes potenciales que son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro.

Según los colaboradores de la microfinanciera:

“los clientes que más le visitan son los dueños de las pulperías y tortillerías, en algunos casos los salones de belleza porque los promotores de crédito se dan a la tarea de captar la atención de todo tipo de cliente llevándoles la información necesaria.”

La microfinanciera es una entidad dominante en el sector comercio, por lo tanto, este tipo de clientes son los que más los frecuentan, aun así no descartan la posibilidad de atraer a más público, por ello usan la estrategia de repartir volantes con información sobre el servicio de la microfinanciera para llegar a más clientes “clientes potenciales” que harán una diferencia en desempeño que ya están logrando.

Aspectos importantes para mantener la fidelidad del cliente

(Editorial, 2014) Nos dice que el crédito no sólo ayuda en muchos aspectos empresariales, sino que, además, aporta **confianza** en el sistema financiero de un país, evita que el tejido industrial del mismo se rompa y, sobre todo, de cara al exterior invita a la inversión de todo tipo de empresas extranjeras en el propio país.

Los colaboradores de la microfinanciera expresan que es importante:

“El buen trato al cliente, calidad del servicio, la rapidez, confianza, transparencia en los controles de pago, responder a la necesidad

inmediata, la tasa de interés baja y también que toman los problemas económicos de sus clientes como propios mantiene un lazo de confianza colaborador-cliente.”

Por ende, el mantener este tipo de relación con los clientes asegura que serán responsables con los pagos y que podrán regresar otra vez a optar por el servicio que la microfinanciera les ofrece, también de esta manera garantizan la recomendación con futuros clientes.

Estrategias competitivas en la captación de nuevos clientes

Según (Anaya, 2019) y (Jimenez, 2017) entender el negocio del cliente, tener el conocimiento detallado de la manera cómo funciona es indispensable, no solo para determinar la periodicidad de los pagos, sino también para tener claros los riesgos inherentes a cada tipo de empresa. También el tipo de interés de los mismos es menor que el de otros productos de financiación.

Los colaboradores de la microfinanciera CONFIANZA cuentan que:

“La microfinanciera comparte beneficios con sus clientes, regalías, compite por tasa de interés, conoce el mercado en el que esta su cliente y se familiariza de igual manera.”

Es una ventaja conocer al cliente, estudiar su situación economía y más aún incentivarlo para que continúe siendo fiel a la microfinanciera, por este medio se puede llegar la captación de nuevos clientes teniendo excelentes referencias por parte de otros clientes.

Objetivo específico N°2:

Determinar los factores socioeconómicos del microcrédito en las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 Otorgados por la microfinanciera “CONFIANZA” en la ciudad de Estelí.

Realizamos 18 encuestas a personas que son clientes activos de la microfinanciera CONFIANZA, de esta manera se espera obtener la opinión de los microempresarios para el mejoramiento del programa que hasta el momento aplica la microfinanciera Confianza. Obteniendo los siguientes resultados:

- Acceso a créditos

Según la investigación, el microcrédito forma parte del concepto más amplio de microfinanzas. Los microcréditos son pequeños préstamos que se conceden principalmente a emprendedores pequeños y / o emprendedores que la mayoría de los bancos tradicionales consideran un riesgo crediticio demasiado grande debido a falta de garantía, un ingreso mensual fijo y efectivo. (Gil, Microcréditos, 2016)

Los resultados de las encuestas reflejan que un 11.11% recibe un crédito de forma mensual; otro 11.11% bimensual; un 55.56% de forma trimestral y un 22.22% cuatrimestral.

Cabe destacar que la microfinanciera otorga los créditos a los microempresarios con el tiempo que ellos pretenden pagar, además que tienen la oportunidad de renovar sus créditos al momento de cancelar el actual.

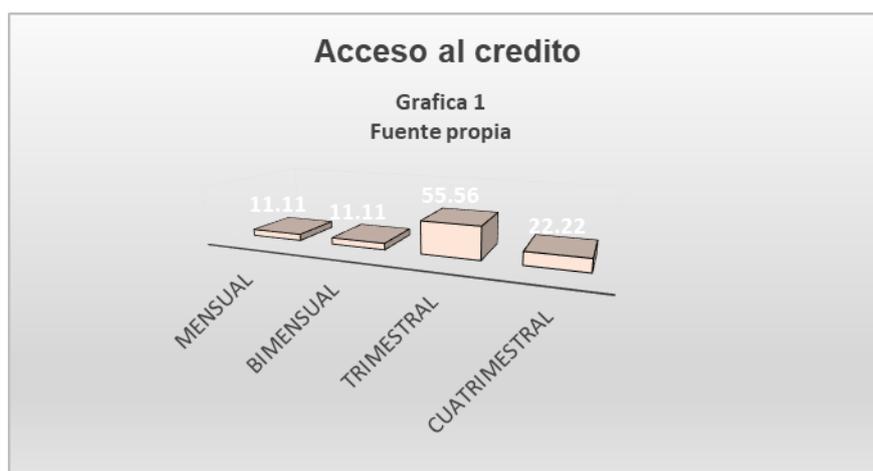


Ilustración 1 cada cuanto tiempo recibe crédito

- Monto

El monto del préstamo es el capital al que podemos acceder. Esta es la cantidad de dinero máximo que la entidad financiera tiene establecida como tope a conceder para cada microempresario (Navarro, 2019)

Con respecto, a los resultados de las encuestas realizadas un 33.33% recibe un monto de C\$5,000, un 38.89% recibe C\$10,000, un 11.11% recibe C\$15,000, otro 11.11% recibe C\$20,000 y un 5.56% recibe C\$30,000.

Los montos de crédito varían entre cada microempresario, dependiendo del negocio que posee, su capacidad de pago y su historial crediticio.

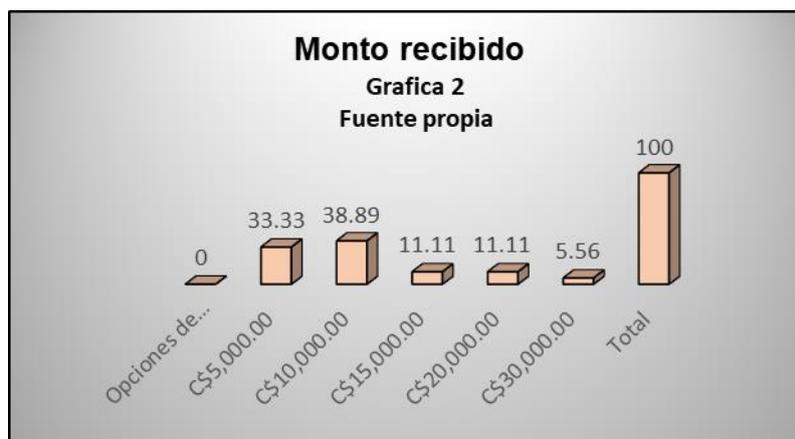


Ilustración 2 Montos de créditos que reciben de la financiera

- Plazo

Como afirma (Navarro, 2019) el plazo de devolución de un crédito es el tiempo durante el que nos van a prestar el dinero. Pueden ser decenas de años, como los préstamos hipotecarios, que pueden financiar la compra de una vivienda o un proyecto emprendedor de gran cuantía, o meses, más orientados a solventar gastos imprevistos o necesidades de consumo inmediatas.

Las encuestas indican que un 16.67% solicita su crédito a un plazo de un mes, un 5.56% a dos meses, un 33.33% a tres meses porque los intereses disminuyen y un 44.44% de cuatro a más meses de plazo porque hay más tiempo para administrar sus ganancias.

El plazo de un crédito se otorga, de acuerdo al monto que recibirá cada cliente.

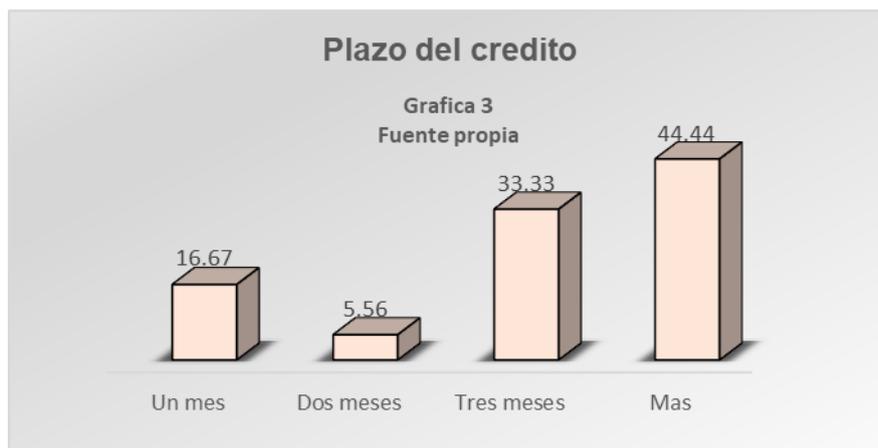


Ilustración 3 Plazos de créditos

- Cuota

Según (Navarro, 2019) expresa que la cuota de un préstamo es la cantidad de dinero que vas a pagar en un plazo definido; tiene dos componentes: amortización a capital y la tasa de interés mensual (o puede tener otros conceptos de pagos como intereses de mora, seguros, entre otros)

La información recolectada, afirma que, un 22.22% de los clientes pagan C\$200, otros 22.22% paga como cuota C\$500, un 11.11% paga C\$ 800 y un 44.44% paga una cuota mayor.

Las cuotas son semanales y tienden a variar con respecto al monto recibido y al plazo que el cliente señale.

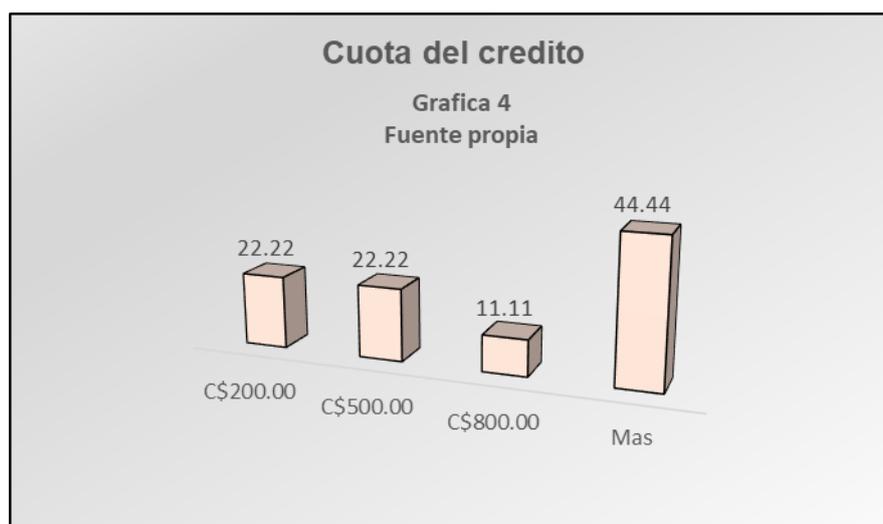


Ilustración 4 Montos de cuotas

- Forma de pago

De acuerdo con (Anaya, 2019), la forma de pago, es la manera de calcular las cuotas durante el plazo del crédito y cómo se comporta con los prepagos del cliente. Los pagos se pueden hacer en las sucursales de la institución bancaria hasta la fecha límite de pago, y a través de los medios y lugares pactados en el contrato, como efectivo, cheque o transferencia electrónica.

Según las encuestas realizadas nos reflejan que un 61.11% pagan de forma semanal y un 38.89% prefieren pagar de forma quincenal.

En algunas ocasiones los clientes tienden a negociar con el gestor de cobro, si tienen dos cuotas listas en una semana para que realicen el cobro de forma quincenal.

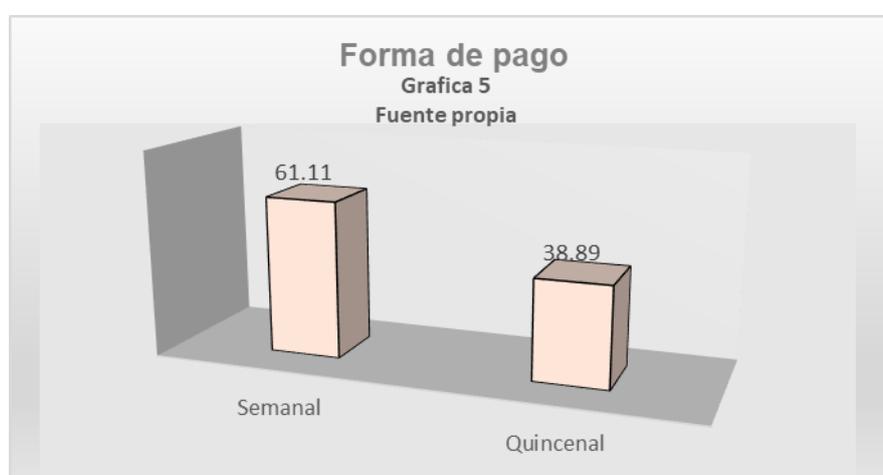


Ilustración 5 Formas de pago

- Créditos recibidos

Un crédito es una pequeña cantidad de dinero prestada con la finalidad de que emprenda un negocio o apoye el que ya tiene. (Romero, 2018)

Los microempresarios respondieron que un 61.11% han recibido créditos dos veces en el año, un 16.67% tres veces en el año, un 5.56% cuatro veces en el año y un 16.67% cinco veces en el año.

La cantidad de créditos se genera de acuerdo al plazo en el que trabajen los prestamos los microempresarios.



Ilustración 6 Créditos recibidos el último año

- Inversión del crédito otorgado

Teniendo en cuenta (Editorial, 2014) el crédito es importante porque facilita, en un momento dado, el tener liquidez para poder comprar, hacer pagos, algún tipo de inversión, etc. Actualmente, el crédito es un tema que, en la mayoría de las entidades financieras, exigen un mínimo de liquidez a la empresa para asegurarse el cobro de éste.

Analizando las encuestas se valora que un 16.67% de clientes invierte en su negocio el 50% del dinero del préstamo, un 5.56% invierte un 70%, un 22.22% el 80%, un 5.56% el 90% del dinero y un 50% utiliza todo el dinero del préstamo para compras del negocio.

Los micro financieros siempre tienen una o varias fuentes de crédito para obtener a cierto plazo un crecimiento y estabilidad económica de su negocio, por tal razón cada microempresario destina o su totalidad del préstamo o una parte de los créditos que se le otorgan para invertirlos en su negocio o emprender uno nuevo.

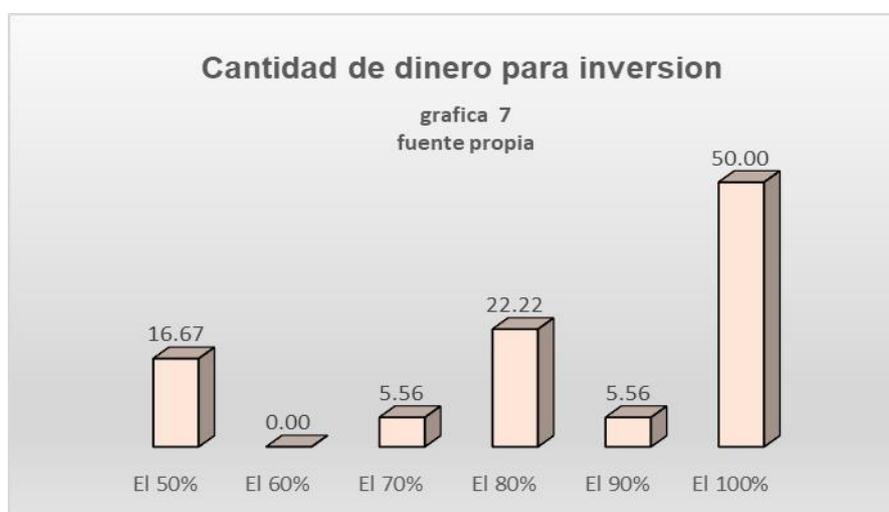


Ilustración 7 Destino del crédito recibido

- Ingresos

(Marilu, 2015) expresa que el ingreso es la cantidad de recursos monetarios, dinero, que se asigna a cada factor por su contribución al proceso productivo. El ingreso puede tomar la forma de sueldos y salarios, renta, dividendos, regalías, utilidades, honorarios, dependiendo el factor de producción que lo reciba: trabajo, capital, tierra, etc.

En relación con las encuestas realizadas indican que un 16.67% tiene ingresos semanales de C\$1,000, un 11.11% de C\$2,000, un 66.67% C\$3,000 y un 5.56% ingresos semanales de C\$5,000.

Con respecto a estos ingresos semanales se valora la capacidad de pago para el crédito solicitado por el cliente. Al ser otorgado el préstamo si es un emprendimiento favorece a que el microempresario pueda percibir ingresos fructíferos diariamente por medio de los cuales, solventara el crédito y demás obligaciones.

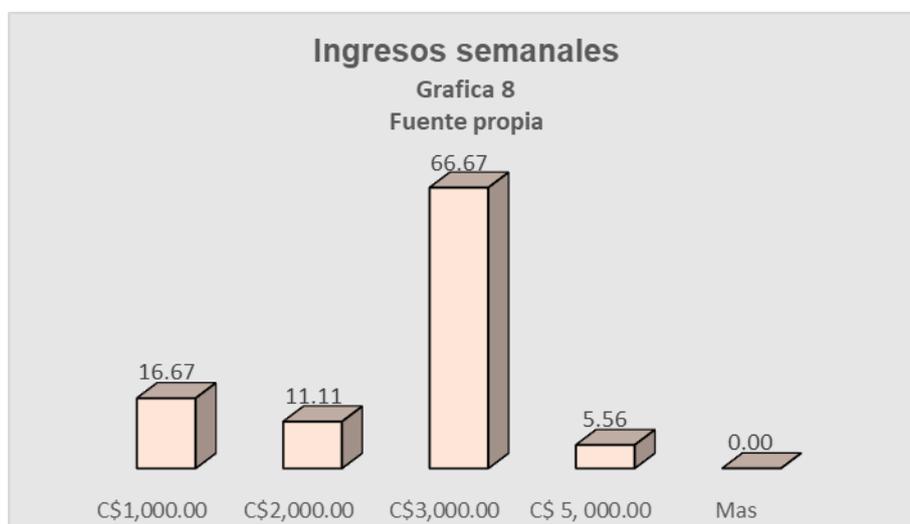


Ilustración 8 Ingresos semanales

- Dependencia económica

El valor del crédito está en que, con las condiciones adecuadas, todos nos podemos beneficiar de él, en mayor o menor medida. Además, nos ayuda en muchas situaciones personales, familiares y profesionales que podemos tener. (Editorial, 2014)

Teniendo en cuenta las opiniones de los clientes, un 27.78% tienen una persona que depende de ellos económicamente, un 22.22% tienen a dos personas, un 5.56% tienen a tres personas y un 44.44% no tienen a nadie que dependa de ellos.

Estos datos son importantes para otorgarle el crédito a cada cliente para así analizar si con sus ingresos podrán solventar el crédito y el resto de gastos que poseen.

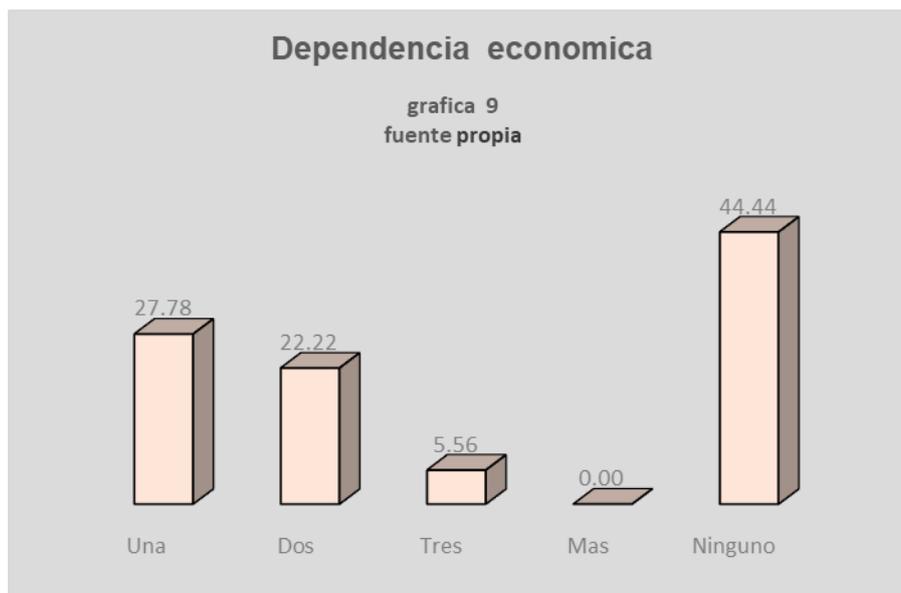


Ilustración 9 Personas que dependen económicamente del cliente

- Compra de bienes

Para los emprendedores es una **vía de financiación inmediata**, por lo que pueden recurrir a él sin necesidad de parar un proyecto. (Jimenez, 2017)

En la opinión de los microempresarios con respecto a las encuestas, un 11.11% han comprado refrigeradora para uso del negocio a raíz de los créditos obtenidos, un 16.67% han comprado muebles y un 72.22% han realizado mejoras para su vivienda.

Con los créditos obtenidos los microempresarios no solo mejoran en el crecimiento del negocio sino también mejoran las condiciones en las que viven, además de llevar a cabo los proyectos planificados.

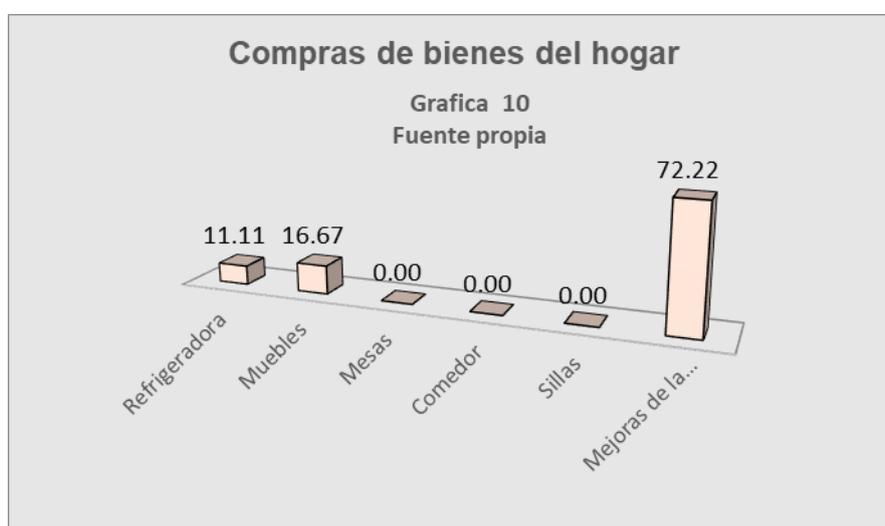


Ilustración 10 Bienes o mejoras del hogar en el último año

- Margen de ganancia

Una herramienta muy útil es la aplicación de indicadores financieros, con el fin de determinar las fortalezas o debilidades que la empresa pueda tener en materia de liquidez (capacidad de pago a corto plazo), márgenes de ganancia, de rentabilidad, situación de endeudamiento y costos del mismo y; finalmente, solvencia o capacidad de pago a largo plazo. (Anaya, 2019)

Considerando la información brindada por los clientes un 5.56% obtiene un margen de ganancia de 10% de sus productos, un 22.22% un margen de 15%, un 44.44% obtienen un 20%, un 11.11% un 30% y un 16.67% obtienen un 50% de ganancia.

Este margen de ganancia va de acuerdo a los distintos tipos de negocio establecido de los clientes, ya que en algunos hay mayor margen de ganancia que en otros negocios.

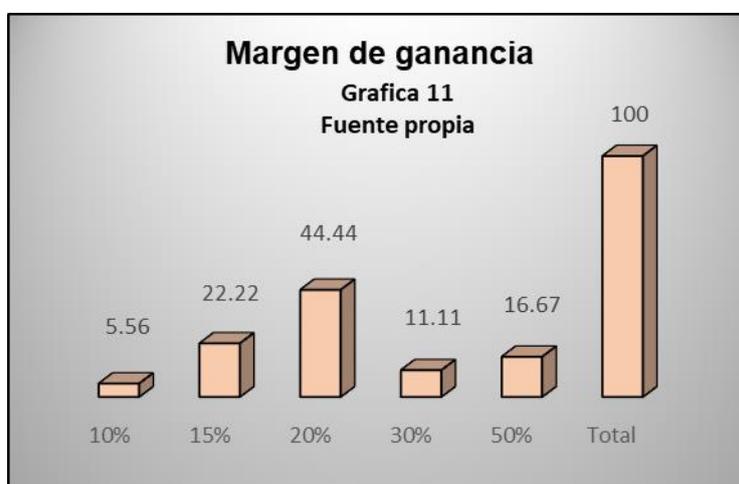


Ilustración 11 Margen de ganancia de los productos que vende el cliente

- Crecimiento

El crédito es un elemento que está y que siempre estará dentro de la economía de un país y que es necesario, para tener solvencia, la capacidad empresarial y el apoyo social para dar estabilidad a una sociedad, a una economía y al propio país. (editorial, 2014).

La información corresponde a que un 33.33% ha crecido en el transcurso de un año en un 20%, un 22.22% ha crecido un 30%, un 27.78% ha crecido un 50% y un 18.67% ha mejorado un 70%.

Estos valores son en relación al último año, los microempresarios refieren que gracias al financiamiento brindado ha crecido su negocio y por consiguiente su capital.

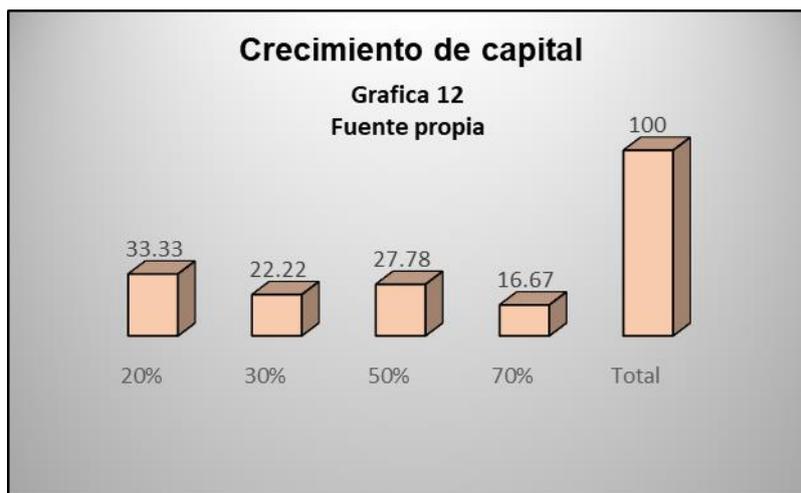


Ilustración 12 Crecimiento del capital en comparación al año anterior

- Situación Económica

El crédito es un elemento que está y que siempre estará dentro de la economía de un país y que es necesario, esencial, para que el propio país tenga solvencia, la capacidad empresarial y el apoyo social necesario para mantener un gobierno y dar estabilidad a una sociedad, a una economía y al propio país. (editorial, 2014)

Como lo señalaron los encuestados un 11.11% considera tener una situación económica excelente con el negocio, un 38.89% refiere tener buena situación económica y un 50% una situación económica regular.

Al otorgar un crédito no solo mejora el crecimiento del negocio del microempresario, sino que también la situación económica del cliente para suplir sus necesidades.



Ilustración 13 situación económica actual del negocio

- Mejora de situación económica

Como afirma (Gil, Microcreditos, 2016) Un microcrédito brinda a estos emprendedores la oportunidad de invertir, para mejorar su situación financiera y su futuro.

Los clientes señalaron que un 83.33% han mejorado su situación económica al acceder a los créditos de la microfinanciera, un 5.56% indican que no han mejorado y un 11.11% indican no saber.

Los créditos ayudan a estabilizar la situación económica de los microempresarios.

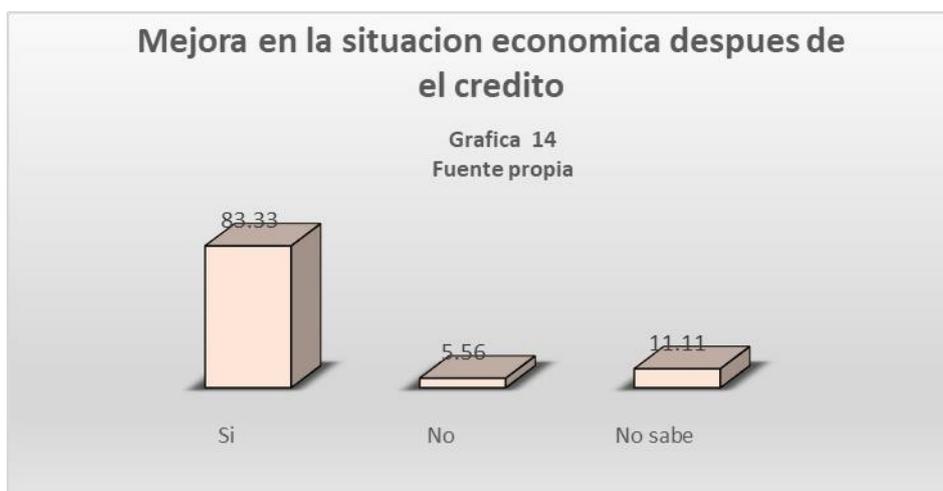


Ilustración 14 Mejoras económicas a partir de créditos

- Satisfacción del cliente

Tal como señala (Romero, 2018) un microcrédito es una cantidad de dinero prestada a una persona pobre, normalmente sin bienes para respaldarla, con la finalidad de que emprenda un negocio o apoye el que ya tiene, para un debido crecimiento.

En la opinión de los clientes, un 77.78% señalan estar satisfechos con el programa de crédito de la microfinanciera, un 11.11%, indican no estar satisfechos con el programa y un 11.11% refieren no saber.

La satisfacción del cliente es de suma importancia para la microfinanciera, por tal razón, esta trata de apoyar al microempresario otorgándole créditos y así captar su fidelidad.



Ilustración 15 Satisfacción del cliente con el programa de crédito

- Origen y recursos

Los microcréditos permiten solventar problemas de liquidez puntuales o financiar proyectos concretos que no requieren de un gran capital sin necesidad de acudir a un banco a pedir un préstamo. (Jimenez, 2017)

Con respecto a las opiniones obtenidas a través de las encuestas un 38.89% recibe remesas como ingresos, un 50% de sus ventas, un 5.56% apoyo del conyugue, y otro 5.56% apoyo de familiares en Nicaragua.

Este tipo de ingresos favorece a los negocios, permite mejorar y solventar los créditos obtenidos por los microempresarios.

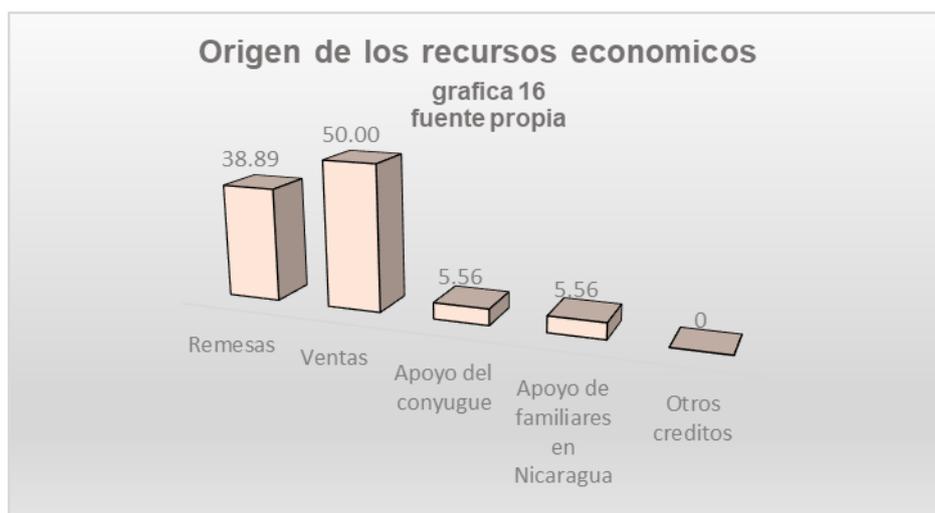


Ilustración 16 Origen de los recursos económicos del cliente

Objetivo específico N°3:

Proponer estrategias comerciales de microcrédito a la microfinanciera “CONFIANZA” para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas.

OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA

- Desarrollar un plan estratégico para la microfinanciera CONFIANZA, para su fortalecimiento interno, fidelizar las relaciones con los clientes y mejorar el rendimiento económico y financiero.

FODA DE LA EMPRESA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
- Ventaja en tasa de interés baja -Cuotas semanales -Comunicación con el cliente -Buena imagen del cliente -Acceso a mejorar la microeconomía del país -Sistema de colocación y recuperación de créditos innovador y tecnológico -Reconocido como líder en el mercado micro financiero -Fidelidad de los clientes	-Abarcar mayor cantidad de clientes - Atención personalizada con los clientes -Crecimiento en el mercado microfinanciero -Expandir la línea de sucursales para tener acceso a la mayoría de la microeconomía del país	-No cobra mora -No cobra por retraso de pago -Línea de productos financieros limitada -Saneamiento de Microcréditos en Casos no necesarios	-La entrada de nueva competencia -Cambios adversos de la variación de la Moneda nacional con respecto a la moneda extranjera

Estrategias	Estrategias	Estrategias	Estrategias
- Ampliar los plazos de créditos hasta seis meses con pagos quincenales de las cuotas.	-Desarrollar una línea de crédito de Oportunidad en las fechas más relevantes para el comercio tales como: Día de las Madres, Fiestas Patrias y Fiestas Navideñas. -Ampliar el campo al que se otorgan los créditos.	-Desarrollar capacitación en educación financiera a los Microempresarios, a fin de mejorar su Capacidad de capitalización para capital de trabajo e inversiones fijas del negocio.	- Capacitar a microempresarios en actividades de Marketing y Mercadeo digital al menos en las redes sociales, para potenciar sus capacidades de crecimiento.

ANEXO N° 3 Matriz FODA de la microfinanciera “CONFIANZA

LINEAS ESTRATEGICAS

Después de analizar los resultados de la investigación realizada sobre el programa de crédito de la MICROFINANCIERA CONFIANZA, se sugiere elaborar y ejecutar una estrategia para el programa de créditos a los Microempresarios que incluya aspectos tales como:

- Desarrollar una mejor estrategia en la gestión de la cartera, para mantener su base de clientes con los menores índices de mora, además de la fidelización de su clientela y garantizar la eficiencia y rentabilidad de esa cartera.
- Ampliar el portafolio de servicios de la empresa, con nuevos servicios para sus clientes y el aumento de su cobertura en el mercado de las microfinanzas.
- Ofrecer una línea de crédito de oportunidad en las fechas más relevantes para el comercio tales como: Día de las Madres, Fiestas Patrias y Fiestas Navideñas y el inicio de ciclo escolar.
- Ampliar los plazos de créditos hasta seis meses con pagos quincenales de las cuotas.
- Mejorar los niveles de evaluación de los créditos y de la cartera para garantizar la eficiencia y la rentabilidad de la cartera.
- Realizar capacitación en educación financiera a los Microempresarios, a fin de mejorar su capacidad de capitalización para capital de trabajo e inversiones fijas del negocio.
- Capacitar a los Microempresarios en actividades de Marketing y mercadeo digital al menos en las redes sociales, para potenciar sus capacidades de crecimiento

11.- CONCLUSIONES

Luego de realizar el análisis de los resultados de esta investigación, aplicando a funcionarios de la microfinanciera entrevistas y a clientes las encuestas elaboramos las siguientes conclusiones, siguiendo el orden de los objetivos de esta investigación:

1. En primer lugar, en relación al objetivo general de la investigación, entrevistamos a tres funcionarios que desarrollan el programa de crédito y desarrollamos dieciocho encuestas a microempresarios que reciben financiamiento del programa, logrando obtener información tanto de las condiciones favorables y competitivas del programa, como de los efectos y resultados económicos positivos y negativos en la actividad socioeconómica de las familias que trabajan con este en el barrio Oscar Gámez N° 2. La microfinanciera CONFIANZA trabaja con el factor “tiempo” mientras más corto es el plazo, menor tiempo permanece en deuda el cliente con ellos, manteniendo de esta manera una tasa de interés accesible; en el caso de la tasa de interés trabajan de la mano con entes reguladoras como CONAMY logrando de esta manera las mejores condiciones con respecto a la tasa de interés que favorezca al cliente y a la microfinanciera; en el caso de el “mercado cambiario” la microfinanciera solamente otorga microcréditos en moneda nacional (córdobas) de esta manera hacen conciencia con las MiPymes ya que sus ingresos son en este tipo de moneda; en el caso de la “forma de pago” la microfinanciera no solo envía a gestores de cobro a realizar la recuperación del mismo, sino que tratan de no interrumpir la actividad económica de los microempresarios al ellos no presentarse a la sucursal; los clientes han mejorado sus condiciones de vida gracias a este programa de microcrédito que la microfinanciera les ha facilitado.
2. En relación al objetivo específico número uno, el programa de crédito de CONFIANZA otorga montos aproximadamente de C\$ 5,000.00 por cliente, con tasas de interés mensuales de 13%, con plazos de tres o cuatro meses, a microempresarios de todos los sectores de microempresas comerciales y con formas de pago semanales y quincenales, manteniendo un buen trato y relación con sus clientes y brindándoles una atención personalizada, en tiempo y forma, destacándose por la rapidez, la confianza y el respeto personal, comparte beneficios con sus clientes, regalías, compite por tasa de interés, conoce el mercado en el que esta su clientela.
3. Con respecto al segundo objetivo específico, los microempresarios están conformes con el programa de crédito de CONFIANZA hasta un 77.78 %; el 44.44 % de los clientes prefieren créditos con plazos tres meses; los montos preferentes son entre C\$ 5,000.00 y C\$ 10,000.00 córdobas y la forma de pago quincenal cada cuota, los microempresarios han logrado capitalizar su

negocio y hacer mejoras del hogar hasta un 72.2 % de los encuestados, el 66.67 % de los microempresarios tienen ganancias de C\$ 3,000.00 córdobas semanales en sus negocios, la capitalización de los microempresarios en los últimos años oscila entre 16 % y 33 %, el 38 % de estos clientes considera que la economía del negocio es buena y el 50 % que es regular, el 83 % de los encuestados considera que ha mejorado su situación económica con el negocio a partir de los créditos, los recursos de estos microempresarios provienen en un 50 % de las ventas y en 38 % de las remesas familiares.

4. En lo que respecta al tercer objetivo específico, podemos concluir que este es un programa de microcrédito exitoso para los microempresarios, la valoración por parte de ellos es satisfactoria y positiva, sin embargo; la microfinanciera debe expandir su servicio y para ello proponemos las siguientes estrategias:

- Otorgamiento de microcrédito a otros sectores del comercio
- Ofrecer plazos más largos para otorgar los microcréditos
- Financiamiento para enseres del negocio
- Bono a los clientes que obtengan más de tres créditos al año
- Brindar educación financiera y capacitar al cliente en el momento que se le otorga el crédito para garantizar que la inversión de este sea la correcta.

La información se recolectó mediante la entrevista a tres funcionarios y la encuesta a dieciocho clientes del programa de crédito, los datos obtenidos con estas herramientas se tabularon en SPSS y las gráficas se elaboraron en Excel para tener los elementos para el análisis de los resultados.

Se ha logrado conocer que el programa de microcrédito tiene un gran impacto en la situación socioeconómica de los clientes, los resultados muestran una mejora en las condiciones económicas y financieras de los usuarios, logrando generar niveles de capitalización, crecimiento de los negocios y confort en las familias.

La mayoría de los clientes encuestados prefieren su crédito a tres meses, para tener acceso a mayor cantidad de dinero en el año, con lo cual se cumple el supuesto que **“A menor tiempo de plazo de créditos, mayor será el impacto socioeconómico en los clientes de la microfinanciera CONFIANZA”**.

12. RECOMENDACIONES

1. La Microfinanciera CONFIANZA S.A, puede ampliar su programa de crédito, a nuevos segmentos del mercado, comercial, agroindustrial o artesanal, manteniendo esta cultura y nuevas estrategias comerciales que le permita ampliar su base de clientes, sus colocaciones, su rentabilidad y el beneficio para el desarrollo económico y social de Nicaragua.
2. Orientar el trabajo con los clientes para mantener la confianza en el programa de crédito, darle importancia al costo del crédito, especial atención al monto y el plazo de los créditos, mantener la agilidad, la atención personalizada, la atención sistemática y desarrollar la asesoría, con el concepto de ganar- ganar, para mejorar la fidelidad de los clientes y del crecimiento económico y social de la empresa.
3. Garantizar una asesoría y atención especializada a los clientes que permita que estos crezcan y se desarrollen, en función de su ingreso y bienestar familiar, además que se genere una dinámica proactiva que haga posible que estos microempresarios avancen, que avance la empresa y que avance la economía nacional.
- 4.- Organizar y aplicar planes de educación financiera y asesoría a estos microempresarios, en alianza con otras organizaciones públicas o privadas, que garanticen la sostenibilidad y la estabilidad de estos clientes, para mantener vigente y activa la base de clientes de la microfinanciera y las inversiones de los negocios para su crecimiento y desarrollo.

13.- BIBLIOGRAFIA.

- Alvarez, M. (2009). Manual de la micro. mediana y pequeña empresa. wikipedia.*
- Alvarez, O. M. (2021). Las nuevas empresas. Periodismo.*
- Anaya, H. O. (2019). Otorgamiento de credito. cesa.edu.*
- Barrio, C. A. (2017). Seguro del crédito . Barcelona .*
- Blandon, D. H. (2016). Incidencia del control interno administrativo en el proceso de recuperación de cartera de crédito de micro financiera ASODENIC sucursal Estelí, durante el primer trimestre del año 2016. Estelí.*
- Brachfield, P. (2016). Credito. Importancia .org, 1.*
- Creditos. (2021). Servicios Financieros.*
- editorial. (2014). credito. Importancia.org.*
- Editorial. (2014). credito. Importancia.org.*
- Fabre, L. (2020). Tipos de credito. Economia.*
- Garcia, J. A. (2021). Las consecuencias del impacto economico. economia.*
- Gardey, A. (2018). Definicion de impacto economico. Definicion.D.*
- Gil, C. G. (2016). El colapso de los microcreditos. Andalucia.*
- Gil, C. G. (2016). Microcreditos. Wikipedia.*
- Guillermo, M. (2017). Crecimiento Económico : Análisis del fomento a la producción alimentaria por parte de la microfinanciera FDL, en el municipio de Moyogalpa Rivas, durante el periodo 2013-2015. Rivas .*
- Herrera, A. C. (2014). Impacto socioeconomico de los microcreditos otorgados por las instituciones mirofinancieras. Revista economica y politica.*
- Howald, F. (2000). Obstaculos al desarrollo de la PYME CAUSADOS POR EL ESTADO . Mexico: McGraw Hill.*
- Infante, A. (2020). Rastreator. Ventajas y desventajas de lo microcreditos.*
- Jimenez, A. (2017). Ventajas del microcredito. Vivus.*
- Lopez, P. L. (2004). Poblacion y muestra. Punto cero.*
- Lopez, S. M. (2014). Microcreditos. Expansion.com, 1.*
- Maldonado, Y. (20 de septiembre 2016). Poliza de seguros. Economipedia.*
- Maldonado, Y. (2016). Poliza de seguro.*
- Maldonado, Y. (2016). Poliza de seguros. Economipedia.*

- Marilu, Y. G. (2015). Ingresos economicos. Ecuador .*
- Medina, A. L. (2010). Caracteristicas generales de las Mipymes. Enciclopedia virtual.*
- Navarro, J. (2019). Financiacion. Emprendedores.*
- Ortega, T. (2021). Impactos sociales y economicos. Expoknews.*
- Peña, L. (2020). La microempresa. Billin.*
- Porto, J. P. (2018). Definicion de impacto economico. España.*
- Ramon, B. M. (2016). Influencia de las microfinanzas en el desarrollo empresarial de los comjerciantes del mercado Jose Quiñones Gonzalez de la ciudad de Chiclayo.*
- Regulador del mercado de valores. (2019). Matematicas fiancieras. Colombia.*
- Romero, L. (2018). Credito. Wikipedia.*
- Santander. (2021). Investigacion cualitativa.*
- Santy, A. (2020). Tipos de clientes.*
- WBCSD. (2013). Midiendo el impacto socioeconomico.*
- Westreicher, G. (2007). MIPYME. Guia de constitucion publica.*

13. ANEXOS

ANEXO N° 1 DIGNOSTICO DEL PLANTEAMIENTO PROBLEMA

SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL DEL PRONÓSTICO
<p>Limitaciones en el personal de la Micro financiera para atender la clientela.</p> <p>Cientes exigiendo mejores niveles de atención y asesoría en el Microcrédito desarrollado por la empresa.</p> <p>Mayores exigencias y controles en la industria de las Micro finanzas en Nicaragua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poco personal para atender la clientela en la Ciudad de Estelí. ✓ Bajos resultados en la actividad de colocación y cobranza. ✓ Una mejor atención a la demanda del crédito en tiempo y forma. ✓ Mejor calidad en la repuesta al crédito y también a la recuperación del mismo- ✓ Exigencias de calidad en el financiamiento a la Microempresa Nicaragüense. ✓ Créditos más adecuados y acorde a las necesidades del sector pyme. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poco fluye la información operativa en la financiera. ✓ No se cumple con las expectativas de crecimiento de la empresa. ✓ Mejora en el nivel de fidelización de la clientela de la empresa. ✓ Mejoran los niveles de colación y recuperación en la cartera. ✓ Mejora de la calidad del micro crédito para las pymes. ✓ Mejor destino, ubicación y función de los fondos de crédito para pymes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer una mejor estrategia de colocación y cobranza del crédito en la empresa ✓ Definir políticas de atención a la cartera en tiempo y forma para cumplir los objetivos estratégicos de la empresa. ✓ Controles estadísticos de los créditos otorgados, los represamos y la cantidad de clientes atendidos. ✓ Mejora el nivel de mora de la empresa con mayor calidad en la recuperación de la cartera vencida. ✓ Controles sobre los prestamos nuevos, re préstamos y monto financiados a los clientes ✓ Mejores registros de morosidad en la empresa, control de las carteras atrasadas y medidas prácticas para su recuperación.

ANEXO N° 2: BOSQUEJO

BOSQUEJO

- 1.- Impacto Socioeconómico
 - 1.1.- Definición
 - 1.1.1. Ejemplos
 - 1.2.- Importancia
 - 1.3.- Cobertura
 - 1.4- Impacto positivo
 - 1.4.1- Impacto familiar
 - 1.4.2- Impacto social y a nivel del hogar
 - 1.4.3- Impacto a nivel de la persona
 - 1.5- Impacto negativo
 - 1.6- Medicion

- 2.- Microcrédito
 - 2.1.- Definición.
 - 2.2. Características
 - 2.3. Requisitos
 - 2.4- Importancia del financiamiento
 - 2.5- Tipos de microcréditos
 - 2.6- Ventajas y desventajas del microcrédito
 - 2.6.1- Ventajas
 - 2.6.2- Desventajas
 - 2.7- Seguros del microcrédito

- 3. Mi pymes.
 - 3.1- Definicion.



3.2- Características.

3.3- Importancia

3.4- funciones

3.5. Clasificación de las MiPymes

ANEXO N° 3 Matriz FODA de la microfinanciera “CONFIANZA”

FODA DE LA EMPRESA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Ventaja en tasa de interés baja -Cuotas semanales -Comunicación con el cliente -Buena imagen del cliente -Acceso a mejorar la microeconomía del país -Sistema de colocación y recuperación de créditos innovador y tecnológico -Reconocido como líder en el mercado micro financiero -Fidelidad de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> -Abarcar mayor cantidad de clientes - Atención personalizada con los clientes -Crecimiento en el mercado microfinanciero -Expandir la línea de sucursales para tener acceso a la mayoría de la microeconomía del país 	<ul style="list-style-type: none"> -No cobra mora -No cobra por retraso de pago -Línea de productos financieros limitada -Saneamiento de Microcréditos en Casos no necesarios 	<ul style="list-style-type: none"> -La entrada de nueva competencia -Cambios adversos de la variación de la Moneda nacional con respecto a la moneda extranjera

Estrategias	Estrategias	Estrategias	Estrategias
<p>- Ampliar los plazos de créditos hasta seis meses con pagos quincenales de las cuotas.</p>	<p>-Desarrollar una línea de crédito de Oportunidad en las fechas más relevantes para el comercio tales como: Día de las Madres, Fiestas Patrias y Fiestas Navideñas. -Ampliar el campo al que se otorgan los créditos.</p>	<p>-Desarrollar capacitación en educación financiera a los Microempresarios, a fin de mejorar su Capacidad de capitalización para capital de trabajo e inversiones fijas del negocio.</p>	<p>- Capacitar a microempresarios en actividades de Marketing y mercadeo digital al menos en las redes sociales, para potenciar sus capacidades de crecimiento.</p>

ANEXO N° 4: entrevista realizada a tres colaboradores de la microfinanciera

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí UNAN Managua – FAREM Estelí



Nombre del entrevistado:

Cargo:

Somos estudiantes del V año de la carrera de Banca y Finanzas en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, en la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Estelí. Se pretende investigar el tema “Impacto socioeconómico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las MiPymes en barrio Oscar Gámez No. 2 de la ciudad de Estelí, primer semestre del año 2022” dicha entrevista nos será de mucha utilidad para determinar la satisfacción de los diversos servicios financieros que ofrecen a los microempresarios en la Microfinanciera.

Objetivo: Conocer los servicios y métodos que utiliza el gestor para el otorgamiento de créditos a los microempresarios.

Objetivo específico N°1: Identificar el procedimiento que la microfinanciera “CONFIANZA” aplica a las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 de la ciudad de Estelí

Microcréditos:

1. ¿Qué productos y servicios ofrece la microfinanciera?
2. ¿Qué servicios o beneficios adicionales brindan a sus clientes?
3. ¿Qué diferencia hay de los servicios que ofrece la microfinanciera CONFIANZA con las otras microfinancieras?

4. ¿Cuáles son los requisitos para optar a un Microcrédito?
 5. ¿Cuáles son los montos de crédito que ofrecen a sus clientes?
 6. ¿Cuáles son los plazos de los créditos?
 7. ¿Cuáles son las formas de pago de los créditos?
 8. ¿Cuáles son las tasas de interés reales de los créditos?
 9. ¿Cuáles son los recargos por retraso en los pagos?
 10. ¿Cuáles son los porcentajes de mora que cobran?
- MIPYMES**
11. ¿A qué segmentos de clientes le brindan sus créditos?
 12. ¿Qué tipos de clientes son los que más le visitan?
 13. ¿Qué aspectos considera que son importantes para mantener la fidelidad de los clientes?
 14. ¿Qué estrategias competitivas está llevando a cabo la microfinanciera en la captación de nuevos clientes en el mercado bancario?

ANEXO N° 5: Encuesta aplicada a 18 clientes de la microfinanciera



. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad regional multidisciplinaria, Estelí
FAREM-Estelí.

GUIA DE ENCUESTA

Dirigida a los microempresarios

Somos estudiante del V año de la carrera de Banca y Finanzas de la UNAN-Managua/ FAREM-Estelí, se pretende investigar sobre el tema Impacto económico del microcrédito otorgado por la microfinanciera CONFIANZA a las MiPymes en barrio Oscar Gámez

Factores socioeconómicos.

Económicos.

1. ¿Cada cuánto tiempo recibe un crédito?

Mensual. _____ Bimensual _____ Trimestral _____ Cuatrimestral

2. ¿Qué monto de crédito recibe de la microfinanciera?

C\$ 5,000.00 ____ C\$ 10,000.00 ____ C\$ 15,000.00 ____ C\$20,000.00
_____ C\$ 30,000.00 _____

3. ¿A qué plazo solicito su crédito?

Un mes ____ Dos meses _____ Tres meses _____ Mas _____

4. ¿De cuánto dinero es la cuota correspondiente a su crédito?

C\$200 ____ C\$500 ____ C\$ 800 ____ Mas ____

5. ¿Cuál es su forma de pagar el crédito?

Semanal _____ Quincenal _____

6. ¿Cuántos créditos ha recibido en el último año?

Dos _____ Tres _____ Cuatro ____ Cinco _____

Sociales.

7. ¿Cuánto del dinero que recibe del crédito destina a hacer compras para el negocio?
El 50 % _____ El 60 % _____ El 70 % _____ El 80 % _____ El 90 % _____
El 100 % _____
8. ¿Cuál es el total de sus ingresos semanales?
C\$1000 _____ C\$2000 _____ C\$3000 _____ C\$5000 _____ Mas _____
9. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?
Una _____ Dos _____ Tres _____ Mas _____ Ninguno _____
10. ¿Qué bienes del hogar a comprado en el último año?
Refrigeradora _____ Muebles _____ Mesas _____ Comedor _____
Sillas _____ Mejoras de la casa _____

Crecimiento.

11. ¿Cuánto es el margen de ganancia en los productos que vende?:
10% _____ 15% _____ 20% _____ 30% _____ 50% _____
12. ¿En qué volumen de dinero ha crecido su capital en el último año?
20% _____ 30% _____ 50% _____ 70% _____
13. ¿Cómo considera que esta su situación económica con este negocio?
Excelente _____ Buena _____ Regular _____ Mala _____
14. ¿Considera que los créditos le han permitido mejorar su situación económica?
Sí _____ No _____ No Sabe _____
15. ¿Está satisfecho con el programa de crédito de Confianza ?
Si _____ No _____ No Sabe _____
16. ¿Cuál es el origen de los recursos que recibe usted como microempresario?
Remesas _____ Ventas _____ Apoyo del conyugue _____ Apoyo de
otros familiares en Nicaragua _____ Otros créditos -----

Anexo N 6: Tablas de datos de cada pregunta de las encuestas realizadas

1. ¿Cada cuanto tiempo recibe un credito?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Mensual	2	11.11
Bimensual	2	11.11
Trimestral	10	55.56
Cuatrimestral	4	22.22
Total	18	100

Tabla 1 ¿Cada cuánto recibe créditos?

2. ¿Que monto de credito recibe de la microfinanciera?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
C\$5,000.00	6	33.33
C\$10,000.00	7	38.89
C\$15,000.00	2	11.11
C\$20,000.00	2	11.11
C\$30,000.00	1	5.56
Total	18	100

Tabla 2 ¿Qué monto de crédito recibe de la financiera?

3. ¿A que plazo solicito su credito?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Un mes	3	16.67
Dos meses	1	5.56
Tres meses	6	33.33
Mas	8	44.44
Total	18	100

Tabla 3 ¿A qué plazo solicita el crédito?

4. ¿De cuanto dinero es la cuota correspondiente a su credito?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
C\$200.00	4	22.22
C\$500.00	4	22.22
C\$800.00	2	11.11
Mas	8	44.44
Total	18	100

Tabla 4 ¿De cuánto es la cuota del crédito?

5.¿Cual es su forma de pagar el credito?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Semanal	11	61.11
Quincenal	7	38.89
Total	18	100

Tabla 5 ¿Cuál es la forma de pagar el crédito?

6.¿Cuantos creditos ha recibido en el ultimo año?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Dos	11	61.11
Tres	3	16.67
Cuatro	1	5.56
Cinco	3	16.67
Total	18	100

Tabla 6 ¿Cuántos créditos ha recibido en el año?

7.¿Cuanto del dinero q recibe del credito destina a hacer compras para el negocio?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
El 50%	3	16.67
El 60%	0	0.00
El 70%	1	5.56
El 80%	4	22.22
El 90%	1	5.56
El 100%	9	50.00
Total	18	100

Tabla 7 ¿Cuánto del dinero que recibe destina para el negocio?

8.¿ Cual es el total de sus ingresos semanales?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
C\$1,000.00	3	16.67
C\$2,000.00	2	11.11
C\$3,000.00	12	66.67
C\$ 5, 000.00	1	5.56
Mas	0	0.00
Total	18	100

Tabla 8 ¿Cuál es el total de sus ingresos semanales?



9.¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Una	5	27.78
Dos	4	22.22
Tres	1	5.56
Mas	0	0.00
Ninguno	8	44.44
Total	18	100.00

Tabla 9 ¿Cuántas personas dependen económicamente del negocio?

10.¿Que bienes del hogar a comprado en el ultimo año?		
Opciones de preguntas	Cantidad	Porcentaje
Refrigeradora	2	11.11
Muebles	3	16.67
Mesas	0	0.00
Comedor	0	0.00
Sillas	0	0.00
Mejoras de la vivienda	13	72.22
Total	18	100.00

Tabla 10 ¿Qué bienes del hogar ha comprado en el último año?

11.¿Cuanto es el margen de ganancia en los productos q vende?		
Opciones de pregunta	c	Porcentaje
10%	1	5.56
15%	4	22.22
20%	8	44.44
30%	2	11.11
50%	3	16.67
Total	18	100

Tabla 11 ¿Cuánto es el margen de ganancias de los productos que ofrece?

12.¿En que volumen ha crecido su capital en el ultimo año?		
Opciones de la pregunta	Cantidad	Porcentaje
20%	6	33.33
30%	4	22.22
50%	5	27.78
70%	3	16.67
Total	18	100

Tabla 12 ¿En qué volumen ha crecido su capital el último año?



13.¿Como considera que esta su situacion economica con este negocio?		
Opciones de la pregunta	Cantidad	Porcentaje
Excelente	2	11.11
Buena	7	38.89
Regular	9	50.00
Mala	0	0.00
Total	18	100

Tabla 13 ¿Cómo considera que esta la situación económica con este negocio?

14.¿Considera que los creditos le han permitido mejorar su situacion economica?		
Opciones de pregunta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	83.33
No	1	5.56
No sabe	2	11.11
Total	18	100

Tabla 14 ¿Considera que los créditos le han permitido mejorar su situación económica?

15.¿Esta satisfecho con el programa de credito de Confianza?		
Opciones de pregunta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	77.78
No	2	11.11
No sabe	2	11.11
Total	18	100

Tabla 15 ¿Está satisfecho con el programa de crédito?

16.¿Cual es el origen de los recursos que recibe usted como microempresario?		
Opciones de pregunta	Cantidad	Porcentaje
Remesas	7	38.89
Ventas	9	50.00
Apoyo del conyugue	1	5.56
Apoyo de familiares en Nica	1	5.56
Otros creditos	0	0
Total	18	100

Tabla 16 ¿Cuál es el origen de los recursos que recibe?

Anexo N° 7: Nota Aclaratoria

NOTA ACLARATORIA

Estimado lector:

Para esta investigación hemos usado un nombre de empresa ficticio a petición de los propietarios de la microfinanciera ya que dicha información es confidencial para cuidar el prestigio con el que aun cuenta la antes mencionada.

Esta microfinanciera nos brindó el material de su trabajo y la información de los negocios de sus clientes para aplicar los instrumentos de recolección de información que ya habían sido previstos anteriormente.

Así que, queremos agradecerles a los gerentes y propietarios por permitirnos usar su prestigiosa empresa para realizar nuestra investigación para optar por nuestro título de Licenciatura en Banca y Finanzas.

Anexo N° 8 Cronograma de actividades

Etapa	Actividades	Semanas															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Investigación Aplicada	Selección del Tema a Investigar		X														
	Planteamiento del Problema			X													
	Elaboración de Preguntas del Problema				X												
	Redacción de la Justificación					X	X										
	Planteamiento de los Objetivos							X									
	Planteamiento del Bosquejo							X									
	Desarrollo del Marco Teórico: Selección de la Bibliografía, Recopilación de Información y Procesamiento de Información								X	X							
	Realización de la Matriz de Categoría										X						
											X						
	Elaboración de Diseño Metodológico de la Investigación											X					
											X						



Etapa	Actividades	Semanas															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Elaboración de instrumentos	Elaboración de entrevista que será dirigida a los tres colaboradores de la microfinanciera														X		
	Elaboración y aplicación de la guía de observación													X	X		
	Elaboración de la revisión documental														X		
Elaboración de documento final	Aplicación de instrumentos de investigación															X	
	Elaboración de resultados, conclusiones, recomendación obtenidos durante la recolección de datos necesarios para la investigación																X

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.”

Mahatma Gandhi