

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA  
RECINTO UNIVERSITARIO "CARLOS FONSECA AMADOR"  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**



**SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA  
EN ECONOMÍA**

**Tema:**

**ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE NICARAGUA**

**SUBTEMA:**

**ANALISIS DEL FINANCIAMIENTO QUE RECIBEN LOS PROTAGONISTAS DEL  
PARQUE NACIONAL DE FERIAS DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE 2016.**

**Elaborado por:**

**Br. Karen Alioska Ramírez García.**

**Br. José Luis García Munguía.**

**Tutor: Msc. Orlando Antonio Zelaya Martínez**

**Managua, 13 de Junio 2017**

## AGRADECIMIENTO

Este trabajo es el resultado del esfuerzo y dedicación que como estudiantes realizamos, así como también del apoyo brindado de nuestro tutor, por esta razón agradecemos de manera especial a nuestro Tutor Msc. Orlando Zelaya Martínez.

A Dios por ser proveedor de fortaleza y guía de nuestro camino a lo largo de nuestras vidas y por habernos permitido culminar esta etapa tan importante en nuestras formaciones.

A nuestros padres quienes a lo largo de nuestras vidas han apoyado y motivado nuestras formaciones académicas, creyendo en nosotros en todo momento sin dudar de nuestras capacidades y habilidades, y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas y profesionales de bien.

También agradecemos de manera muy especial a las personas, el director Arq. Túpac Amaru Espinoza Palencia y Licda. Lizbeth Álvarez Soza, de la Administración Nacional de Ferias del Parque Nacional de Ferias de la Economía Familiar de Managua, por habernos permitido la elaboración de este trabajo en las instalaciones del parque de ferias y brindarnos la información necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

*Karen Ramírez García*

*José Luis García Munguía*

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de Graduación a Dios, a mi hijo Diego Alejandro, y especialmente a mi madre.

A Dios, por ser el sustento siempre en cada una de las pruebas, desánimos y luchas que viví en todo el transcurso, para obtener este título, que jamás me abandonó, fue y será mi soporte en todo momento, gracias por su amor y fidelidad para conmigo.

A mi hijo, pilar fundamental en mi vida, quien ha hecho que me esfuerce más por luchar y obtener lo que me proponga, siendo mi inspiración para seguir cada día adelante, sacando fuerzas desde mi interior, para criar a un hombre que sea lleno tanto del amor de Dios en su corazón, como de valores en su formación profesional.

A mi madre, lo más parecido al perfecto amor de Dios en la tierra, que aun con todos sus defectos, en ella está siempre el amor, dedicación, cariño y afecto que te anima de aliento siempre para que sigas, sigas y sigas ante cualquier situación en la que me he atravesado. El ser que sabe que tengo esas fuerzas internas que aunque venga una avalancha sobre mí con Dios y ella a mi lado siempre saldré adelante.

*Karen Alioska Ramírez García*

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de Graduación a Dios, a mi hija, a mi Madre y en especial a una mujer que me instruyo y aprecio mucho.

A Dios, por ser fuente de inspiración de Conocimiento, Sabiduría e Inteligencia, por haberme creado y darme las fuerzas para poder continuar en los momentos de debilidad, gracias por su amor, fidelidad y compañía.

A mi Madre, pilar fundamental en mi vida, quien a lo largo de ella ha velado por el bienestar y educación, siendo un apoyo en la ardua jornada estudiantil y ser la proveedora de los recursos necesarios para la culminación de esta licenciatura; depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado sin dudar ni un solo momento mi inteligencia y capacidad. Gracias a ella soy lo que soy ahora.

A mi hija, el ser más hermoso que Dios me ha regalado, la razón humana por continuar la formación económica y laboral de nuestro entorno, siendo mi motivación especial para salir adelante y superarme como persona, como Padre para asegurarles un futuro mejor.

A una persona en especial que me apoyo fielmente sobre el interés del conocimiento en la investigación realizada.

*José Luis García Munguía*

## RESUMEN

Esta investigación analiza el origen del financiamiento, que utilizan los Protagonistas que participan en las instalaciones del Parque Nacional de Ferias de Managua, durante el periodo del primer trimestre del 2016, en el que desarrollamos cuatro aspectos.

Las estrategias del Gobierno van en función de desarrollar la economía nacional a través de la creación del MEFCCA con sus direcciones y funciones orientadas al crecimiento, desarrollo económico rural y la economía familiar. Continuamente el Parque Nacional de Ferias es la alternativa de promoción y fomento para dar respuestas a las necesidades de comercialización del micro, pequeñas y medianas empresas. El parque tiene una capacidad de 256 módulos, distribuidos en terrazas y otros espacios diseñados para desarrollar el comercio nacional.

Dentro del contexto económico se definen dos actores que participan en este parque: Protagonistas y Pequeños Negocios. Se caracterizan por el tamaño pequeño de sus negocios, por participar activamente en el desarrollo de sus propias iniciativas con el acompañamiento de algunos programas emblemáticos del Gobierno para estos fines. Estos vienen de diferentes departamentos, en su mayoría rurales y en menor proporción urbanos. Están distribuidos en diferentes actividades debidamente conceptualizadas por el parque de Ferias, sobresaliendo la gastronomía.

Las principales fuentes de financiamiento disponible para estos agentes son los programas de gobierno como Usura cero, Crissol; organismo no gubernamental, y algunos programas de crédito pyme de dos Bancos (BANPRO y BDF). Entre las principales limitantes para acceder a créditos son los requisitos, sobre todo el tema de garantías y plazos.

No obstante, se ha identificado mejoras en las actividades de los negocios a través de la reinversión de este financiamiento. Los negocios generan lo suficiente ingresos para cumplir los compromisos de crédito, y gracias a este espacio de comercialización han logrado potencial las ventas necesarias para ellos

## INDICE

INTRODUCCIÓN .....	8
CAPITULO I: ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS. ....	9
1.1 Planteamiento del problema .....	9
1.1.1 Formulación del problema .....	10
1.1.2 Sistematización del problema .....	11
1.1.3 Definición del problema .....	111
1.1.4 Delimitación del problema.....	111
1.2 Justificación e importancia de la investigación.....	122
1.3 Objetivos de la investigación .....	12
1.3.1 Objetivos general.....	12
1.3.2 Objetivos específicos.....	12
1.4 Marco teórico conceptual.....	13
1.4.1 Antecedentes del estudio.....	13
1.4.2 Bases teórico científicas .....	14
1.4.3 Bases teórico científicas .....	15
1.5 Formulación de hipótesis.....	25
1.6 Variables en la investigación .....	266
1.7 Aspectos metodológicos.....	26
1.7.1 Tipo de estudio y método de investigación .....	26
1.7.2 Técnicas y procedimientos para recopilar la información .....	27
1.7.3 Tratamiento de la información.....	28
CAPÍTULO II: FUNCIONES Y ROLES QUE TIENEN LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS EN NICARAGUA.....	299
2.1 Rol y función del Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa (MEFCCA).....	299
2.2 La Administración Nacional de Ferias de Economía Familiar (ANFEF) .....	31
2.2.1 Las ferias como una estrategia de fomento a la comercialización .....	32
2.2.2 Caracterización de la Administración Nacional de Feria de la Economía Familiar ....	333
2.2.3 Promoción de los protagonistas del Parque Nacional de Ferias.....	355
2.2.4 Capacitación a los pequeños negocios:.....	37
2.2.5 Transformación y agregación de valor.....	38
2.2.6 Estructura del Parque Nacional de Ferias.....	38
2.2.7 Otras áreas de comercio vinculadas al Parque Nacional de Ferias:.....	42

CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS Y LOS PROGRAMAS PRODUCTIVOS QUE DESARROLLAN EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS, COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE EL FINANCIAMIENTO ADQUIRIDO. ....	46
3.1 Protagonistas y pequeños negocios en el contexto del Parque Nacional de Ferias .....	46
3.2 Características de los protagonistas y pequeños negocios en el Parque Nacional de Ferias:.....	47
3.3 Actividades a las que se dedican los protagonistas y pequeños negocios en el Parque Nacional de Ferias .....	53
3.4 Descripción de actividades económicas por grupo de participante: protagonistas y pequeños negocios y el tiempo que tienen de estar en sus locales .....	57
3.5. Información del negocio – Características económicas.....	58
3.6 Consolidado de rubros de actividad económica de los participantes.....	59
CAPÍTULO IV: OPCIONES DE FINANCIAMIENTO Y LOS REQUISITOS QUE PIDEN A LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS. ....	61
4.1 Tipos de programas productivos que benefician a los protagonistas del Parque Nacional de Ferias.....	61
4.2 Rol del Estado de Nicaragua con relación al financiamiento para actividades productivas .....	64
4.3 Fuentes de financiamiento identificadas entre Los protagonistas y pequeños negocios del Parque Nacional de Ferias.....	67
4.3.1 Análisis de las fuentes de financiamientos por cantidad de protagonistas y pequeños negocios.....	75
4.3.2 Análisis del financiamiento de grupos e inversión económica .....	77
4.3.3 Aspectos de satisfacción del acceso al financiamiento para cumplir las expectativas económicas.....	80
4.4 Valoración de los requisitos para aplicar a financiamiento .....	82
CAPÍTULO V: RESULTADOS QUE HAN TENIDO LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS PRODUCTO DEL USO DEL FINANCIAMIENTO. ....	85
5.1 Mejoras a través de la reinversión del capital en los negocios o actividad .....	85
5.2 Análisis del promedio de margen bruto de las actividades económicas. ....	88
5.3 Aportaciones o sugerencias que se necesita para el progreso económico del negocio.....	90
CONCLUSIONES .....	91
RECOMENDACIONES .....	93
BIBLIOGRAFIA .....	94
ANEXOS.....	94

## **INTRODUCCIÓN**

El comportamiento económico es la reacción de los agentes, ante las opciones de financiamiento existente en el mercado financiero, en el cual los protagonistas y pequeños negocios puedan acceder principalmente los que se encuentran en el Parque Nacional de Ferias de Managua, ante las opciones según el rubro que ellos desarrollan como actividad económica.

Es importante mencionar los programas sociales complementarios que desarrolla el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) como: Usura Cero, Patio Saludable, Hambre Cero, que son financiados a través del gasto público, por sus diferentes fuentes, sea un tema de gran interés desde el punto de vista económico, puesto que pone en perspectiva las respuestas que estos agentes presentan en sus negocios, familia e incluso en la calidad de vida, que en principio debería ser una respuesta retributiva de mejora y crecimiento.

Nuestra investigación se enfoca en los protagonistas del Parque Nacional de Ferias durante el primer trimestre 2016, quien, bajo la planificación y dirección del Ministerio de la Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, lleva a cabo la regulación y distribución de los recursos económicos de cada uno de los protagonistas. En este contexto la función principal del MEFCCA, es la formulación de los objetivos, políticas, estrategias y directrices generales, dirigida al mejoramiento de todo el sector de pequeños y medianos protagonistas, siendo de gran importancia para el crecimiento y desarrollo del país.

Para una comprensión adecuada, la investigación está estructurada de la siguiente forma. El capítulo II, describe a los sectores del Parque Nacional de Feria, su rol y funciones, dando a conocer la caracterización de los protagonistas y pequeños negocios que participan dentro del local. El capítulo III, hace una valoración de las opciones de financiamientos, la fuente que utilizan los participantes, así como los requisitos y la reacción que estos tienen frente a estas opciones. El capítulo IV, finaliza mostrando en qué áreas de negocio el financiamiento ha permitido un fortalecimiento entre los protagonistas y pequeños negocios.



## **CAPITULO I: ASPECTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS.**

El siguiente capítulo aborda los aspectos teóricos y metodológicos de esta investigación, en primera instancia se presenta el planteamiento del problema, en el cual manifestamos la necesidad de realizar este trabajo, lo que ha llevado a la formulación y sistematización del problema. Una vez que teniendo claro el problema a investigar se procede con la formulación de los objetivos a cumplir tanto generales como específicos, para llegar a la justificación. Posteriormente se encuentran el marco teórico, la hipótesis a comprobar y la metodología utilizada.

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Según datos del MIFIC, la dinámica del sector que impulsa la economía se ubica en un 97% en micros, pequeños negocios, distribuidos en la agroindustria y comercio. En el sector productivo, en las actividades primarias (producción) y algún grado de transformación, estas por general operan en unidades económicas compuestas por las familias y en muchos casos cooperativas y grupos asociativos informales. El desarrollo de estas actividades, ha creado estructuras sociales que generan empleo, educación, mejoramiento de las prácticas productivas, oportunidades de diversificación entre otros beneficios.

Sin embargo las características propias de estos grupos e individuos que son agentes económicos dinámicos no permiten en la mayoría de las ocasiones ser sujetos de financiamiento por la banca y algunas estructuras financieras complejas, por esta razón El Gobierno en al año 2013 como estrategia integral de atención a estos sectores crea el Ministerio de Economía Familiar Comunitaria Cooperativa y Asociativa, con la ley 804, en que fusiona el Instituto de Desarrollo Rural, Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo e IMPYME. Con ello nace el Parque Nacional de Ferias, como un medio o un espacio de participación y desarrollo para todos aquellos que como pequeños negocios e individuales que se comprometieran con su propio desarrollo asumiendo un rol protagónico en los cambios personales, familiares y sociales.

Es ahí donde se acuña el término de “protagonistas y pequeños negocios”. Hasta 2014, estos agentes económicos asistieron al Parque Nacional de Ferias con cierto subsidio en sus costos de comercialización, acompañados por programas de fomento como: Crissol, Usura Cero, Bono Productivo Alimentario, Hambre Cero, Patio Saludable entre otros, lo que provocó ganancias significativas y un impacto de referencia de precios entre los mercados de Managua. A partir del año 2015, se suspendió el subsidio de movilización, pero se siguió fomentando programas de financiamiento y promoción del comercio de estos protagonistas y pequeños negocios.

### **1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son los resultados del uso del crédito y financiamiento para lograr una transformación en la estrategia de promoción, comercialización, generadores de oportunidades y enlazamientos productivos, de los protagonistas los pequeños negocios y mediana producción?

### **1.1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

1. ¿Cuál es el rol que juega las instituciones públicas MEFCCA en la estrategia de fortalecimiento a los agentes que asisten al Parque de Nacional Ferias?
2. ¿Cuáles son las características de los diferentes agentes (protagonistas y pequeños negocios) que participan económicamente en el Parque Nacional de Ferias?
3. ¿Qué factores políticos, demográficos, sociales, influyen en el desempeño de estos agentes?
4. ¿Cuáles son las opciones de financiamiento que tienen estos agentes y que requisitos les piden? ¿Son adecuados a sus características?

5. ¿Cuáles son los cambios que estos agentes han tenido al utilizar el financiamiento? ¿Ha crecido su negocio? ¿Tienen más ingresos familiares? ¿Han mejorado sus condiciones de vida? ¿Tienen más proyección?

### **1.1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA**

Abordar los aspectos de fuentes de financiamiento que recurren los protagonistas y pequeños negocios en los espacios facilitados en el Parque Nacional de Ferias, lugar donde logran mostrar sus productos y servicios que elaboran y brindan durante el primer trimestre del año 2016, haciendo uso de los diferentes programas propuestos por el gobierno, facilitándoles el micro financiamiento para que puedan consolidarse en el mercado y sea una fuente de ingresos para su propia sobrevivencia y capital para su negocio.

### **1.1.4 DELIMITACION DEL PROBLEMA**

Las fuentes y recursos de financiamiento que recurren, provienen y dependen los protagonistas y pequeños negocios del Parque Nacional de Ferias para impulsar su producción, es por medio de los algunos programas del gobierno, con el objetivo de iniciar la idea de la actividad de negocios a través del emprendimiento personal y la motivación del progreso personal, hasta poder lograr la independencia y auto sostenible en el sector económico del país.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

El propósito del estudio es servir como base para la discusión de aspectos importantes de las políticas económicas implementadas por el MEFCCA, específicamente en el PNF, sus diferentes programas de inversión pública que se traduce en gasto gubernamental. Con lo que pretende realizar un aporte teórico analítico sobre la forma en que las instituciones públicas realizan sus programas, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población en general, añadiendo a esto esperamos que este documento sirva de consulta.

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1 OBJETIVOS GENERAL**

Describir el comportamiento económico en el uso de financiamiento, de los pequeños negocios y protagonistas del Parque Nacional de Ferias de Managua durante el periodo comprendido I trimestre 2016.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Explicar las funciones y roles que tienen las instituciones involucradas en el Parque Nacional de Ferias en Nicaragua, y en el proceso de desenvolvimiento económico de los protagonistas y pequeños negocios.
2. Caracterizar a los protagonistas y pequeños negocios y los programas productivos que desarrollan en el Parque Nacional de Ferias, como estrategia de promoción y comercialización mediante el financiamiento adquirido.
3. Valorar las opciones de financiamiento y los requisitos que las instituciones financieras solicitan al momento de acceder a un tipo de crédito a los protagonistas y pequeños negocios del Parque Nacional de Ferias.
4. Explicar los resultados que han tenido los protagonistas y pequeños negocios producto del uso del financiamiento.

## **1.4 MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

### **1.4.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**

En Nicaragua a la fecha de esta investigación, no existen estudios estructurados sobre los “protagonistas y pequeños negocios” del Parque Nacional de Ferias. Sin embargo, se han abordado temas sobre financiamiento en general a estos sectores organizados en diferentes formas asociativas e individuales, como es el caso de González, Karen (2014) con su tesis: Banco Produzcamos y su desempeño en colocación crediticia otorgada a Sectores productivos de Nicaragua en los años 2013-2014. Universidad Centroamericana (UCA). Quien concluye que aun con los programas que el gobierno destina a diferentes sectores vulnerables de la economía solo logra alcanzar al 2% del total de ellos, quedando una demanda insatisfecha del 98%. (Gonzalez Blandino, Karen de Jesus, 2015)

De igual manera este antecedente también aborda la temática del apoyo económico a los pequeños productores fue del Banco de Fomento Produzcamos (BFP). (2013) Conocido comercialmente como “Banco Produzcamos”; al desarrollo económico y social del país apoyando a pequeños productores. (Informe). Presidencia. Managua Nicaragua, destacando así el interés y las acciones que el gobierno ha ejecutado en favor del fortalecimiento de protagonistas en general y pequeños negocios, no se limita al Parque Nacional de Ferias, pero señala que los que han sido beneficiado han logrado crecimientos sostenidos y desarrollo en sus procesos, y apertura de mercados.

Fuera de esto, lo que se puede encontrar son declaraciones informativas de desempeño de los diferentes ministerios vinculados al fortalecimiento económico, MIFIC, MEFCCA, entre los más sobresalientes, quienes expresan por medio de noticias y publicaciones las acciones derivadas de los diferentes programas que atienden y algunos casos de éxitos que han logrado demostrar el impacto del financiamiento otorgado.

## 1.4.2 BASES TEORICO CIENTIFICAS

Dentro de los diferentes autores económicos que abordan la temática de los pequeños productores y como se debe de invertir y apoyar económicamente encontramos a **Amartya Sen**,<sup>1</sup> quien analiza la justicia social, identificando razones para juzgar la ventaja individual en función de las capacidades que tiene una persona, es decir, de las libertades fundamentales de que disfruta para llevar el tipo de vida que tiene razones para valorar. Desde esta perspectiva, la pobreza debe concebirse como la privación de capacidades básicas y no meramente como la falta de ingresos, que es el criterio habitual con el que se identifica la pobreza. La perspectiva de la pobreza basada en las capacidades no entraña el rechazo de la razonable idea de que la falta de renta es una de las principales causas de la pobreza, ya que la falta de renta puede ser una importante razón por la que una persona está privada de capacidades, de hecho, la falta de renta predispone claramente a llevar una vida pobre. Creemos que los puntos a favor del enfoque de la pobreza basado en las capacidades son los siguientes:

- 1) La pobreza puede identificarse de forma razonable con la privación de capacidades; el enfoque centra la atención en las privaciones que son intrínsecamente importantes.
- 2) Hay otros factores que influyen en la privación de capacidades, por lo tanto, en la pobreza real además de la falta de renta (la renta no es el único instrumento que genera capacidades).
- 3) La relación instrumental entre la falta de renta y la falta de capacidades varía de unas comunidades a otras e incluso de unas familias a otras y de unos individuos a otros (la influencia de la renta en las capacidades es contingente y condicional).

La tercera cuestión es muy importante cuando se examinan y evalúan las medidas públicas que aspiran a reducir la desigualdad o la pobreza. En la literatura se han analizado varias causas de las variaciones condicionales, y es útil hacer

---

<sup>1</sup> Amartya Sen – Premio Nobel de Ciencia Económica 1998. Con su obra Desarrollo y Libertad

hincapié en algunas de ellas específicamente en el contexto de la elaboración de la política práctica.

La relación entre la renta y la capacidad depende de manera extraordinaria de la edad de la persona, del sexo y de los papeles sociales (por ejemplo, de las responsabilidades especiales de la maternidad y de las obligaciones familiares determinadas por la costumbre), cuando se contrastan grupo de población clasificados según la edad, el sexo, el lugar, etc., son especialmente importantes las diferencias entre estos parámetros.

La falta de renta y las dificultades para convertir la renta en funciones pueden ir emparejadas. Las desventajas, como la edad, la incapacidad o la enfermedad, reducen la capacidad de una persona para percibir una renta. Pero también hacen que sea más difícil convertir la renta en capacidad, ya que una persona de edad avanzada, más incapacitada o más enferma puede necesitar más renta (para ayuda, para prótesis, para tratamiento, para lograr las mismas funciones (incluso aunque sea posible lograrlas), eso significa que la «pobreza real (entendida como la privación de capacidades) puede ser, en un importante sentido, mayor de lo que parece en el espacio de las rentas. Esta cuestión puede ser fundamental cuando se evalúan las medidas públicas para ayudar a las personas y a otros grupos que tienen dificultades de «conversión», además de una baja renta.

Es por eso que Sen, hace una relación en que las personas se pueden desempeñar perfectamente a través de sus dotes, aptitudes y cualidades como individuo y aprovechar mediante políticas económicas por parte del Gobierno de un país para percibir ingresos que lo lleven a auto sostenerse, sino que también a poner en marcha su emprendedurismo.

### **1.4.3 MARCO CONCEPTUAL**

El marco conceptual de esta investigación contiene los fundamentos bases que sirve para sustentar el análisis de los resultados encontrados y que facilitan la interpretación y comprensión del análisis para el lector.

## **Generalidades sobre el Estado en la economía**

El Estado en el cumplimiento de su deber, es velar por el bien común y lograr una distribución equitativa de la riqueza, debiendo intervenir en la economía. Esto lo hace de diversas maneras, ya sea a través del desarrollo de la política económica, desarrollando directamente alguna actividad económica por sí mismo o a través de sus empresas o bien, regulando determinadas actividades económicas que, por su importancia para las personas, deben estar reguladas para evitar abusos y mejorar su funcionamiento. (Panta, 2016)

### **Función del Estado**

El Estado tiene como función principal intervenir en la economía del país, como defensor económico que intenta resolver los grandes problemas sociales y económicos de una nación, cuida y regula la elaboración de los programas públicos.

Las funciones del Estado son muy diversas ya que no solo produce bienes y servicios, sino que influye en la producción privada de muchas maneras.

Se atribuyen funciones propias y únicas, por lo general la existencia de tres características fundamentales:

1. Redistribución de la renta.
2. Estabilización de la economía.
3. Asignación de recursos.

Para llevar a cabo estas tareas posee ciertas opciones como lo es la intervención directa, el ofrecer incentivo al sector privado o bien obligarlo a realizar tal o cual actividad.

Además, existen ciertos instrumentos para que los gobiernos influyan directamente en la economía:

- Los impuestos.
- El gasto público y las transferencias.
- La regulación.



Los cuales pueden inducir a empresas y/o consumidores, a producir o consumir ciertos bienes, realizar o no ciertas actividades específicas; con lo cual no sólo se requiere del gasto y los impuestos para llevar a cabo la misión, sino que tanto leyes como reglamentaciones que permitan regir los asuntos económicos. (Panta, 2016)

### **Función económica del Estado**

Dentro de la Constitución Política de Nicaragua, optamos por los siguientes artículos, ya que nos muestran funciones económicas del Estado, dentro de las cuales se mencionan a continuación:

**Arto. 98.** La función principal del Estado en la economía es desarrollar materialmente el país; suprimir el atraso y la dependencia heredados; mejorar las condiciones de vida del pueblo y realizar una distribución cada vez más justa de la riqueza.

**Arto. 99.** El Estado dirige y planifica la economía nacional para garantizar y defender los intereses de las mayorías y orientarlas en función de los objetivos del progreso económico social.

La Banca Central, el Sistema Financiero Nacional, los Seguros y Reaseguros y el Comercio Exterior, como instrumentos de la dirección económica, corresponden al área estatal de manera irrenunciable.

**Arto. 103.** El Estado garantiza la coexistencia democrática de las formas de propiedad pública, privada, cooperativa, asociativa y comunitaria; todas ellas forman parte de la economía mixta, están supeditadas a los intereses superiores de la nación y cumplen una función social.

**Arto. 104.** Las empresas que se organicen bajo cualquiera de las formas de propiedad establecidas en esta Constitución, gozan de igualdad ante la ley y las políticas económicas del Estado. Los planes económicos de las empresas deberán ser elaborados con la participación de los trabajadores. La iniciativa económica es libre.

**Arto. 105.** Es obligación del Estado regular justa y racionalmente la distribución de los bienes básicos de consumo y su abastecimiento, tanto en el campo como en la ciudad. La especulación y el acaparamiento son incompatibles con el régimen económico social y constituyen delitos graves contra el pueblo. (No.16, 1948)

### **Generalidades sobre financiamiento**

Tal como se señala en el párrafo anterior, el Estado realiza funciones primordiales en la economía de un país, pero al mismo tiempo debe de garantizar que cada uno de sus políticas tanto económica, como social se cumplan para todas las actividades económicas, al referirse sobre el tema de financiamiento, no es más que el acto mediante el cual una organización se dota de dinero, es decir que, a través de la adquisición de bienes o servicios, en el momento de emprender una actividad económica, es un paso inevitable en un emprendimiento de cualquier tipo incluso es común que deba procurarse por más financiación una vez que la empresa ya está en actividad, sobre todo si esta quiere expandirse. El tipo de financiación a escoger variará en función de la clase de proyecto de que se trate, de la urgencia en la puesta en práctica y del tiempo en el que se pretenda obtener la utilidad, entre otros factores. (S.A., Tipos de financiamiento, 2007)

### **Definición del financiamiento**

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio. (ABC, 2007)

### **Tipos de financiamientos**

La forma en que algún negocio logra conseguir capital para emprender sus actividades se le conoce bajo el nombre de financiamiento. Existen distintas fuentes

que permiten obtener dicho capital, es por esto que se habla de los siguientes tipos de financiamientos sean estos a corto, mediano o largo plazo:

**Ahorros personales:** aquí se alude a los ahorros, así como también a los recursos personales del individuo, a los que se les puede sumar la tarjeta de crédito. Esta forma de financiamiento suele ser muy frecuente.

**Parientes y amigos:** estos resultan ser otra fuente privada de la que se vale la empresa para llevar adelante sus negocios. La ventaja que presenta recibir dinero de amigos o parientes es que se logra conseguir dinero con una tasa de interés muy baja o incluso nula. O bien cuando existe una sociedad dentro del mismo negocio.

**Empresas de capital de inversión:** estas actúan asistiendo a aquellas empresas que estén en etapa de crecimiento a cambio de interés en el negocio o acciones.

**Uniones de crédito o bancos:** estas entidades también suelen ser una fuente muy recurrente. Lo que requieren tanto los bancos como las uniones de crédito es que el individuo logre justificar de forma satisfactoria la solicitud del dinero. Si es así reciben un cierto monto que después deberán devolver con diversas tasas de interés.

**A corto plazo, con instituciones financieras o bancarias, que está compuesto por:**

**Pagaré:** este representaría una promesa por escrito donde una de las partes se compromete a devolver la suma de dinero recibida en un determinado período de tiempo. Este instrumento de negociación suele presentar intereses y generalmente surge de la conversión de una cuenta corriente, préstamos en efectivo o venta de bienes. La desventaja que presenta el pagaré es que pueden tomarse medidas legales sino son pagados. Las ventajas son que se pagan en efectivo y que su seguridad de pago es muy elevada.

**Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar:** Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de

cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella.

**Financiamiento por medio de los Inventarios:** Para este tipo de financiamiento, se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, en este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir.

**Microcréditos:** El objetivo de las microfinanzas es potenciar la capacidad de los clientes de iniciar un pequeño negocio, o instrumentar el autoempleo. Elementos que participan en los microcréditos y su funcionamiento microfinanciera: significa otorgar a las familias más pobres, pequeños préstamos (microcrédito) para apoyarlos económicamente en actividades productivas (negocios-autoempleo).

**Crédito Pyme:** Es otra opción de financiamiento por el cual se puede obtener capital de trabajo o adquirir activo fijo para su empresa, cumpliendo una serie de requisitos, principalmente declarando impuestos en la alcaldía municipal correspondiente o en la dirección general de ingresos.

**Línea de crédito:** esta implica una suma de dinero que está siempre disponible en el banco, pero durante un período de tiempo determinado previamente. Las desventajas que presenta esta modalidad es que es limitada a ciertos sectores que resulten altamente solventes y por cada línea de crédito que la empresa utilice se deben pagar intereses. La ventaja es que la empresa cuenta con dinero en efectivo disponible.

**Crédito comercial:** esto significa la utilización de las cuentas por pagar de la empresa como fuente de recursos y puede incluir las cuentas por cobrar, los gastos a pagar o del financiamiento del inventario. El crédito comercial tiene a favor que es poco costoso y permite la agilización de las operaciones. La desventaja es que en caso de que no se paguen pueden tomarse medidas legales.

**Crédito bancario:** se obtiene de los bancos, con los cuales se conforman relaciones funcionales. Algunas ventajas que presenta este financiamiento es que los préstamos suelen adaptarse a las necesidades entidad y además las ayuda a estabilizarse en relación al capital en un corto lapso de tiempo. Las desventajas son

que la empresa debe ir cancelando tasas pasivas y que los bancos resultan ser demasiados estrictos, por lo que pueden limitar todo aquello que vaya en contra de sus propios intereses.

Dentro de financiamiento a **largo plazo** se encuentran, entre otras, las siguientes variantes:

**Acciones:** estas representan una participación de capital o de patrimonio del accionista en la organización. Las desventajas que presenta este financiamiento son que presentan un costo de emisión bastante elevado y ocasiona que el control de la entidad quede diluido. Lo favorable que presenta esta modalidad es que resultan útiles a la hora de adquirir o fusionar empresas.

**Bonos:** representan un certificado escrito en el cual el deudor se compromete a pagar en un período de tiempo determinado una suma específica de dinero, con sus intereses correspondientes. Esta modalidad resulta fácil de vender, no disminuye el control de los accionistas y mejora la situación de liquidez de la empresa. Antes de invertir en este mercado se debe estar sumamente informado, porque puede resultar riesgoso.

**Hipoteca:** en este caso, la propiedad del deudor queda en manos del acreedor para de esta manera asegurarse que el préstamo será pagado. Esta forma de financiamiento presenta las desventajas de que surjan medidas legales en caso de que no se cumpla con el pago y, además, el prestamista comienza a tener obligaciones para con terceros. Las ventajas que presenta una hipoteca son que, en el caso del prestatario, logra no tener pérdidas cuando realiza el préstamo y puede adquirir intereses por la operación. En el caso del prestamista, cuenta con la oportunidad de poseer algún bien. (Clasificaciones, 2016), (Luis, 2014)

**Las empresas de capital de inversión:** Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

En conclusión, se hace mención que la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las

necesidades de los negocios a corto plazo o para solucionar pagos o emergencias con montos no tan altos. Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero, éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones. Así como también a través de los bancos y uniones de crédito que son las fuentes más comunes de financiamiento donde el préstamo se le otorgará, solo si usted demuestra que su solicitud está bien justificada.

### **Definición de comportamiento económico**

El comportamiento económico consiste en la reacción de los agentes respectivos (empresas, familias y gobierno) ante las motivaciones o incentivos del mismo género. Esta reacción es vinculante, interactiva, eventualmente cooperativa, entre los sujetos. Los comportamientos reiterados (hábitos, costumbres, convenciones), dan lugar a instituciones o reglas del juego que, a su vez, condicionan a los comportamientos posteriores. Por lo tanto, el comportamiento es la respuesta de un agente económico ante una motivación o incentivo que se registra en determinado escenario institucional y que puede observarse empíricamente. (Silva, 2011).

Lo que indica que se realiza una interrelación entre todos los componentes del flujo económico, es decir entre las unidades de producción y las unidades de consumo.

### **Como se mide el comportamiento económico**

Dentro de la investigación encontramos un elemento de medición económica que es por medio del Banco Central de Nicaragua BCN, el comportamiento se mide a través de indicadores económicos, el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE), se ha concebido como un indicador que permite dar seguimiento mensual a la actividad económica, a la vez que posibilita analizar la fase del ciclo en que se encuentra la economía. Las variaciones de la producción proporcionadas por el IMAE no reflejan necesariamente el crecimiento anual del Producto Interno Bruto (PIB), no obstante, el IMAE permite identificar momentos de aceleración, desaceleración o recesión en el corto plazo, ayudando a predecir la evolución del PIB anual.

En sus diferentes usos, el IMAE es un instrumento que permite medir el crecimiento económico en el corto plazo y se utiliza para preparar diagnósticos y pronósticos de la actividad económica, así como elaborar informes de coyuntura. Asimismo, el IMAE se puede utilizar como variable de escala en los análisis de series de tiempo, es decir, puede ser utilizado como variable explicativa en la programación financiera de corto plazo, en tanto pueda definirse el crecimiento de la demanda de dinero como función del crecimiento de la actividad económica medida por el IMAE.

Al IMAE se le señalan una serie de características importantes como indicador dinámico, de agregación, coyuntural y como indicador de volumen. Como indicador dinámico, su objetivo es estimar únicamente la tendencia o trayectoria de la producción, y no la medición mensual de la magnitud de la producción. Como indicador de agregación resume en pocas cifras una considerable cantidad de información. Coyunturalmente permite estimar la tendencia-ciclo de la actividad económica; como indicador de volumen refleja las variaciones de cantidad de las actividades. ( Banco Central de Nicaragua, 2004).

Los actores que participan en la economía como las familias, empresas y gobierno, además del sector externo.

En otras palabras, podemos decir que los agentes económicos son los principales actores de las actividades económicas, es decir, de todos los procesos que tengan alguna relación con la producción, la distribución y el consumo de productos y servicios. Todos los habitantes de una población que base su desarrollo en dichas actividades, por lo tanto, son agentes económicos, ya que participan de la vida económica. (BCN, 2012) (Gadey, 2015)

## **Negocios**

Se designa con el término de negocio a aquella ocupación que detenta un individuo y que está encaminada a obtener un beneficio de tipo económico. La palabra tiene un origen latino, por ejemplo, los romanos, la utilizaban para referirse a aquellas actividades que no suponían el ocio y a través de las cuales obtenían dinero. (S.A., Definición de Negocio » Concepto en Definición ABC, 2007)

## **Tipos de negocios (por el tamaño)**

En los términos del Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), el arto. 32 de la Ley 645, Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME), presenta la estructura de los negocios por la cantidad de integrantes, Microempresa 1 a 5 trabajadores, Pequeña Empresa de 6 a 30 trabajadores y Mediana Empresa de 31 a 100 trabajadores. (MIFIC, 2017)

## **Pequeños y medianos negocios**

Son emprendimientos económicos familiares, agrícolas y no agrícolas que contribuyen al sostenimiento socio económico de las familias, a la vez que aportan economía comunitaria y nacional. (La Gaceta Diario Oficial, 2013)

## **Generalidades sobre los mercados**

En el latín, y más exactamente en el término mercatus, es donde encontramos el origen etimológico de la palabra mercado que ahora nos ocupa. Un término este que es empleado con gran frecuencia en la sociedad actual para referirse a todo aquel sitio público en el que, en los días establecidos, se procede a comprar o vender diversos productos.

## **Definición económica de mercado**

En términos económicos podemos definir, mercado es el escenario, físico o virtual en donde tienen lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir de los mecanismos de la oferta y la demanda. Se efectúan operaciones comerciales referidas a un producto o servicio determinado en un momento del tiempo.



## **Ferias**

Considerando las ideas fundamentales a través de la historia, en la legislación y definiciones encontradas, se puede definir una feria como un evento comercial, generalmente celebrado de forma periódica y durante un período de tiempo reducido, donde en un espacio limitado que normalmente suele ser siempre el mismo, se concentra la oferta y la demanda (real y/o potencial) de uno o varios sectores económicos. Como instrumento de marketing, la celebración de la feria permite el desarrollo de dos funciones básicas que son la promoción de la imagen mediante el desarrollo de las relaciones con los clientes actuales y potenciales y la venta de bienes y servicios; también se pueden llevar a cabo en las ferias funciones como, entre otras, la obtención de información, la investigación o la formación. (Gonzalez Crespo, 2013)

### **1.5 FORMULACION DE HIPOTESIS**

El comportamiento económico de los protagonistas y pequeños negocios del Parque Nacional de Ferias está mediado por complementos de aseguramientos logísticos, transporte y espacios que se les brinda para que realicen su actividad y cumplan con el propósito del Gobierno de promover la oferta de las unidades familiares, asociativas y cooperativas del país. Los diferentes programas productivos ejecutados por las instituciones de gobierno tienen incidencia en las actividades de los protagonistas del Parque Nacional de Ferias. El acceso a financiamiento con tasas de interés bajo mejora las condiciones de producción y comercialización de bienes y servicios en el parque de ferias, lográndose, entre otros objetivos, que sus productos y negocios salgan del anonimato, permitiéndoles su expansión y mayor rentabilidad.

## 1.6 VARIABLES EN LA INVESTIGACIÓN

- Datos demográficos de la población abordada acerca de su categoría comercial, ubicación dentro del Parque Nacional de Ferias
- Información de la actividad económica que desarrollan, formas de administración y estructuras de constitución.
- Fuentes de financiamiento, procedimientos y forma de aplicación dentro de su actividad o servicio brindado.
- Variables de resultados según el financiamiento adquirido y valoración de impacto económico y social.

## 1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

### 1.7.1 TIPO DE ESTUDIO Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se propone realizar el estudio orientado a la **comparación descriptiva** de corte transversal haciendo uso de aspectos cualitativos aplicables a los descriptivos, que puedan originarse durante el análisis de los resultados.

Los principales criterios para la selección de la información del estudio son los elementos observados durante periodo de dos mil once al dos mil quince, información recopilada de forma directa en documentos de carácter institucional (PNDH<sup>2</sup>, La Gaceta, BCN y sitios web), y de la opinión de los distintos, pequeños y medianos productores, mediante encuestas en los que se expresa el proceso productivo de cada uno de ellos dentro de la Economía Financiera de Nicaragua.

---

<sup>2</sup> Programa Nacional de Desarrollo Humano

## **1.7.2 TÉCNICAS Y CALCULOS ESTADISTICOS PARA RECOPIRAR LA INFORMACIÓN**

El método estadístico que se utiliza en este estudio investigativo fue: comparación descriptiva, basados en la comparación sistemática del análisis, realizado a través de la verificación de la hipótesis, con metodología socioeconómica y vivencias de los protagonistas del Parque Nacional de Ferias.

### **Determinación del universo poblacional, muestreo**

En el estudio se tomó como universo, el local del Parque Nacional de Ferias, ocupando como población a los expositores en cada módulo donde exponen su actividad económica.

### **Población**

La población está compuesta por 256 pequeños negocios y protagonistas que participan en el Parque Nacional de Ferias.

### **Muestra**

Para el desarrollo del estudio se contó con una MUESTRA NO PROBABILISTICA, es la técnica de muestreo donde los elementos son elegidos a juicio del investigador. No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo. Dentro del muestreo no probabilístico tomaremos el MUESTREO POR CONVENIENCIA, el cual consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra.

De la población observada nos seleccionaron a 31 personas a entrevistar, cumpliendo con las características de su actividad económica de nuestro interés.

Se utilizó el método no probabilístico por conveniencia, por razones políticas y limitantes de acceso a la información, por el acompañamiento brindado al momento de realizar las encuestas y referirnos con el personal abordado.

Se llevó a cabo por un tipo de encuesta, que será dirigida a los protagonistas del PNF<sup>3</sup>, retomando las vivencias y transición vivida en los cambios culturales e infraestructuras del nuevo local del PNF, tomando como muestra los protagonistas por cada rubro, en las edades mayores de 18 años, entre hombres y mujeres.

### **1.7.3 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento de la información, así como la operacionalización de las variables se registra por medio de una base de datos en archivos electrónicos de Microsoft Excel, utilizando formulas estadísticas y modelos estadísticos de estratificado y comparación descriptiva en los datos recopilados a través de las encuestas realizadas a los protagonistas del Parque Nacional de Ferias, especialmente para este tipo de intervenciones y con el cual se visualizan los resultados previos, como son las tablas de frecuencia, los cruces de variable e incluso algunos gráficos.

Para procesar la información obtenida se procede a la creación del diccionario de variables y sub variables, la introducción de la información primaria, se digitó en la base de datos específica de la hoja de cálculo electrónica, el procesamiento estadístico, determinando la base a frecuencias y porcentajes, con la tabulación cruzada para dar salida a las variables del estudio.

A partir del análisis de los resultados y las conclusiones sobre el estudio realizado, se da respuesta a las preguntas directrices y los objetivos planteados.

---

<sup>3</sup> Parque Nacional de Ferias

## **CAPÍTULO II: FUNCIONES Y ROLES QUE TIENEN LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS EN NICARAGUA**

### **2.1 ROL Y FUNCIÓN DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA FAMILIAR COMUNITARIA COOPERATIVA Y ASOCIATIVA (MEFCCA)**

El MEFCCA, se crea en Julio del año 2012, con la Ley 804, Ley de Reforma y adiciones a la Ley 290, Ley de Organización, competencia y procedimiento del poder ejecutivo. De acuerdo con las autoridades de entonces, la pequeña producción rural junto con la urbana genera el 70% del empleo y el 40% del PIB, motivo suficiente para impulsar el desarrollo familiar, comunitario y cooperativo.

El MEFCCA implica un modelo de atención holístico, integral a pequeña y mediana producción rural y urbana que requirió la fusión del Instituto de Desarrollo Rural (IDR), Instituto Nicaragüense de la pequeña y mediana empresa (IMPYME) y el Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo (INFOCOOP). En esta primera fase el trabajo se enfoca en crear sinergias, articular esfuerzos, aumentar la productividad, fortalecer la asociatividad y agregar valor a la producción.

Dos reformas subsiguientes a la misma, Ley 885 y Ley 906, fueron creando las condiciones legales para acomodar las funciones de las tres instituciones fusionadas, crear una estructura interna que permitiera el logro de los objetivos de dicho ministerio.

Actualmente, se trabaja a través de 5 direcciones estratégicas:

1. Agricultura familiar
2. Agroindustria
3. Asociatividad y fomento cooperativo
4. Desarrollo de la Costa caribe
5. Dirección general de pequeños negocios

Todas en atención a los ejes de atención que trabaja, de acuerdo a la ley tiene el rol de rectorar las políticas y estrategias públicas en esa dirección.

#### a) **Funciones del MEFCCA**

De acuerdo al arto. 31 de la ley 906, tiene 17 funciones claves, entre las que se sintetizan:

- Formular, coordinar y ejecutar políticas, planes, y programas según los ejes atendidos.
- Diseñar e implementar políticas, planes y programas de financiamiento y facilitación de insumos de manera eficiente y sostenible.
- Diseñar, coordinar y ejecutar políticas, planes y programas que contribuyan a la diversificación de la producción.
- Diseñar e implementar políticas, planes, programas y mecanismos dirigidos a la transferencia de nuevas tecnologías.
- Diseñar programas dirigidos al rescate, conservación y promoción de la medicina tradicional ancestral y natural.
- Diseño de planes, políticas y programas que promuevan, fomenten y desarrollen, los pequeños negocios y la pequeña producción de la economía familiar, urbana y rural.
- Organizar y desarrollar las Ferias de la Economía Familiar, a nivel nacional, departamental, regional, municipal o territorial como espacios para la promoción, comercialización, transferencia de los saberes tradicionales, generación de oportunidades y encadenamientos productivos, para los pequeños negocios y la pequeña producción urbana y rural.
- Entre otras.

Como se puede observar, en una de sus funciones está claramente la promoción de ferias como medio de impulso comercial.

## **2.2 LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE FERIAS DE ECONOMÍA FAMILIAR (ANFEF)**

Para dar cumplimiento a la última función mencionada en el apartado anterior, el MEFCCA crea la ANFEF, el cual es un ente descentralizado del Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa. Implementa la estrategia de promoción, comercialización, transferencia de los saberes tradicionales, generación de oportunidades y enlazamientos productivos, para los pequeños negocios y la pequeña producción de la economía familiar. (MEFCCA, 2013)

El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, a través de su ministra/o nombra al Director o Directora de la Administración Nacional de Ferias de la Economía Familiar, para dirigir, supervisar, planear y cumplir las siguientes obligaciones:

- Establecer y administrar el registro de los Pequeños Negocios, los Emprendimientos Familiares, y las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la Economía Familiar, urbanos o rurales, en todas las formas de organización de la economía familiar.
- Diseñar e implementar políticas, planes y programas de financiamiento y facilitación de insumos de manera eficiente y sostenible para las actividades productivas de la economía familiar, comunitaria, cooperativa, asociativa y otras formas de organización de la economía familiar,
- Garantizar la coordinación de los planes, programas y mecanismos necesarios para el impulso de las unidades agrícolas familiares, de la agricultura familiar, la agroindustria, los pequeños negocios, urbanos o rurales, sean de turismo agroecológico, artesanos, culturales, gastronómicos y servicios al turismo, y la agregación de valor a sus productos.
- Plantear e implementar políticas, planes y programas dirigidos a la transferencia de nuevas tecnologías y mejores prácticas productivas de los Pequeños

Negocios, los Emprendimientos Familiares, y las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la Economía Familiar.

Sus ejes de trabajo son:

**La Familia:** Bajo el principio de que el desarrollo de Nicaragua pasa necesariamente por el desarrollo y transformación de los sistemas económicos familiares.

Siendo la comunidad, la unidad de los sistemas familiares que se caracterizan por la cercanía geográfica, actividades económicas relacionadas e identidad sociocultural, además de condiciones económicas, problemas, vulnerabilidades, prioridades y expectativas afines, a través de la asociatividad y el cooperativismo. La organización de las familias en las diferentes formas asociativas, es el mecanismo principal para la planificación, gestión y control social de los recursos comunitarios disponibles, incluyendo aquellas para aumentar capacidades y recibir apoyo de manera sistemática.

**El territorio;** es el espacio físico administrativo donde se desarrollan las relaciones socioeconómicas, políticas y culturales de la comunidad. Es el espacio local en que la población toma decisiones para la planificación y ejecución de políticas, planes y programas encaminados al logro del desarrollo familiar, comunitario, cooperativo asociativo. Por tal razón, dicha planificación debe de considerarse como parte del sistema de planificación municipal para el desarrollo humano, a fin de facilitar la participación directa de la población en la gestión local.

### **2.2.1 LAS FERIAS COMO UNA ESTRATEGIA DE FOMENTO A LA COMERCIALIZACIÓN**

Las ferias es un espacio cuya razón principal es la de mostrar que los protagonistas a través de los años, desarrollan sus mejores actividades de producción, elaboración de bienes y servicios demostrando una forma de aprovechamiento no solo de la tierra, sino del medio ambiente, siendo sustentable y utilizando como un medio de subsistencia. Con el apoyo del MEFCCA y programas



del gobierno, han llegado a dar un mayor auge de promoción a su producción de bienes y servicios, utilizando una adecuada comercialización y empuje a los protagonistas y pequeños negocios de acuerdo a lo observado en el lugar.

En el año 2010 aún se llevaba a cabo la feria popular MICROFER realizándose dos veces al año, enmarcando las celebraciones agostinas y el mes de diciembre era un proyecto subvencionado por el pueblo y los microempresarios, cuyos ingresos eran aprovechados para la auto sostenibilidad del mismo, sin embargo, los precios no eran muy atractivo a los visitantes.

Uno de los factores observados y de preocupación en ese momento fue la apertura de las ferias con menos expositores en los periodos del año establecidos, por lo que se ideó un proyecto donde el 80% era patrocinado por el Inpyme, y el 20% por los microempresarios.

## **2.2.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE FERIA DE LA ECONOMÍA FAMILIAR**

Es la Administración Nacional de Ferias de la Economía Nacional (**ANFEF**), la que implementa la estrategia de promoción, comercialización, cuyo medio se concentra en el Parque Nacional de Ferias.

Las Ferias Nacionales de la Microempresa actualmente conocidas como “Parque Nacional de Ferias, o Las Ferias del Pueblo”, contribuyen a dar repuestas a las necesidades de comercialización de las **micro, pequeñas y medianas empresas**. En estas ferias, asisten más de cien mil visitantes donde tienen la oportunidad de apreciar, en un solo lugar la muestra nacional, más completa de los productos que son elaborados por manos creadoras de los y las protagonistas, que provienen de todos los departamentos y regiones especiales de nuestro país, y de las ramas productivas: Textil-Vestuario, Cuero-Calzado, Madera-Muebles, Artesanías y Agroindustria Urbana. También incluye empresas de los sectores de comercio, servicios, gastronomía y entretenimiento.

La convocatoria a los empresarios se hace a través de los Medios de Comunicación, de los CAMIPYME (Centros de Atención a la MIPYME), y las Alcaldías Municipales, en los distintos territorios, para lograr la instalación de una muestra nacional.

La calidad, los nuevos diseños y variedad de productos expuestos en el Parque Nacional de Ferias, convierten esta Feria en una enorme vitrina de productos nacionales. Durante estas actividades se sensibiliza a la población para que asista a comprar los productos de la Micro y Pequeña Empresa.

La filosofía del parque nacional de Ferias va relacionado a el aumento de la productividad y de los rendimientos de las pequeñas unidades de producción y pequeños negocios de la economía familiar a través de la mejor utilización de la tecnología, insumos y mejoras productivas para el aumento del valor agregado, como mecanismo para incrementar los ingresos de las familias y su nivel de vida. Tomando en cuenta la conservación y preservación del medio ambiente y los recursos naturales: Impulsando en todas las formas de organización de la economía familiar, comunitaria, cooperativa, y asociativas campañas de reforestación y saneamiento ambiental comunitarias. Promoviendo la responsabilidad social empresarial cooperativa en defensa de los recursos naturales y el medio ambiente, una cultura conservacionista a través del sistema de educación nacional.

El parque nacional de ferias, y sus ferias, constituyen el evento ferial de mayor impacto para el sector MIPYME, y una oportunidad que esperan las micro y pequeñas empresas para promover sus productos e incrementar sus ventas, según impresiones de los encuestados.

Según consultas a administradores del lugar se realizan alrededor de 30 a 40 ferias cada año, en cada fin de semana y días festivos, según las tradiciones representativas en las fechas correspondientes.

### **2.2.3 PROMOCIÓN DE LOS PROTAGONISTAS DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS**

El desarrollo de la promoción de los y las protagonistas del Parque Nacional de Ferias, tiene por objetivos apoyarse a través de la Dirección General de Pequeños Negocios del MEFCCA, cumpliendo las siguientes funciones:

- Impulsar la promoción de pequeños y medianos negocios y la comercialización de sus productos en los diferentes espacios: Parque Nacional de Ferias, Casona del Café, Hormiga de Oro, Casa del Maíz y tiangues. A través del fortalecimiento de los conocimientos con los protagonistas para mejora de la calidad y la productividad de los pequeños y medianos negocios.
- Asimismo, trabajar de la mano con los pequeños emprendimientos turísticos o que brinden servicios turísticos basados en la promoción de la cultura, identidad, artesanía, seguridad y gastronomía. En el Parque Nacional de Ferias para dar una mayor promoción a los diferentes productos y servicios que desarrollan los protagonistas se realizan durante el primer trimestre del año 2016, 11 ferias durante los meses comprendidos entre enero y marzo.

Las acciones que la AFEN planifica dentro de la promoción y comercialización, tiene como objetivo específico el desarrollo de los pequeños negocios a nivel territorial, rescatar las habilidades y destrezas tradicionales de los negocios como fomento de la cultura e identidad local. Brindando el acompañamiento a jóvenes y mujeres en el establecimiento y fortalecimiento de los pequeños y medianos negocios, así como apoyar a los negocios de comidas tradicionales vinculados al desarrollo del turismo.

También promueve las técnicas de mercadeo de productos, e imagen y post publicitarios en los medios de comunicación: televisión, radios, prensa escrita,

prensa digital, vallas publicitarias en los diferentes buses de la ciudad recorriendo así las diferentes y principales vías de la capital, promoviendo las diferentes ferias que se realizan los 12 meses del año.

De igual manera comienza los enlazamientos productivos entre los diferentes actores, a través de las Ferias de la Economía Familiar, facilitando el espacio de intercambios comerciales de productos y servicios (Tiangues, Casa del Maíz, Casona del Café, Sorbetería La Hormiga de Oro).

Las temáticas son tomadas, según las tradiciones propicias en ese espacio de fechas que conmemoran algún tipo de festividad en las diferentes regiones del territorio nicaragüense, por mencionar presentamos a continuación:

Cuadro 1. Calendarización de ferias 1er trimestre 2016

Semana / Mes	1ra.	2da.	3ra.	4ta.
<b>Enero</b>		*Feria de la Economía Familiar 2016: Vamos adelante! En buena esperanza, en buen corazón, en victorias! Celebrando los 9 años del buen gobierno del Comandante Daniel.	*Feria Escolar en saludo al 149 aniversario del Nacimiento de nuestro gran Rubén Darío.	*Feria Nacional del MARANGO. Feria de Alimentos, Nutrientes y Medicina Natural dedicada a la Producción, Consumo y Comercio del Marango.
<b>Febrero</b>	*Feria de la Cultura Nicaragüense en conmemoración al Centenario del paso a la inmortalidad de nuestro poeta universal Rubén Darío.	*Feria de las Flores y las Manualidades, en saludo al día del Amor y la Amistad, la Unidad Familiar y la Buena Esperanza.	*Feria de la Producción Cooperativa en honor al Gral. Augusto C. Sandino: Fuerza de Luz y Verdad.	*Feria de las Frutas, para valorar su importancia alimenticia, nutritiva y medicinal. En saludo a la insurrección de la comunidad indígena de Monimbó.
<b>Marzo</b>	*Feria de las Mujeres protagonistas del Bono Productivo Alimentario y el Programa "Usura Cero". En saludo al Día de la Mujer: Mujeres luchadoras, mujeres emprendedoras, mujeres en victorias.	*Feria del Curbasá, Cusnaca, Cajetas y Almibares de Cuaresma.	*Feria de las Comidas y Tradiciones de Cuaresma. Sábado y Domingo de Ramos.	*Feria del Sopón de Cuaresma, en Fe, Familia y Comunidad. Sábado de Gloria y Domingo de Resurrección.

Fuente: MEFCCA / ANFEF

#### Enero

- 1ra. Feria (Sábado 16 y Domingo 17)
- 2da. Feria (Sábado 23 y Domingo 24)
- 3ra. Feria (Sábado 30 y Domingo 31)

#### Febrero

- 1ra. Feria (Sábado 06 y Domingo 07)
- 2da. Feria (Sábado 13 y Domingo 14)
- 3ra. Feria (Sábado 20 y Domingo 21)
- 4ta. Feria (Sábado 27 y Domingo 28)

#### Marzo

- 1ra. Feria (Sábado 05 y Domingo 06)
- 2da. Feria (Sábado 12 y Domingo 13)
- 3ra. Feria (Sábado 19 y Domingo 20)
- 4ta. Feria (Sábado 26 y Domingo 27)

Durante el primer trimestre del año 2016, se realizan un total de 11 ferias con el fin de que en cada una haya una muestra y variedad de los diferentes trabajos que realizan los protagonistas, tanto en productos como en servicios llevando lo más representativo, y haciendo uso de sus prácticas en labores y sabores.

#### **2.2.4 CAPACITACIÓN A LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS:**

Los programas de desarrollo y formación para los pequeños y medianos negocios cuentan con promotores que brindan acompañamiento a los protagonistas, diseñando cartillas para que el establecimiento de los pequeños negocios y el fortalecimiento de los existentes, sea exitoso bajo una supervisión que se encuentra basada en el conocimiento científico y transmitir por medio de la experiencia la planificación y administración del negocio.

Asimismo, la implementación de programas de desarrollo de capacidades con prácticas de género que promuevan la calidad, productividad y eficiencia de los pequeños negocios. Cada una de las delegaciones del MEFCCA a nivel nacional tienen la responsabilidad brindar capacitaciones de: mercadeo, administración, contabilidad, administración de costos, finanzas, etc., siendo los conocimientos adquiridos aplicados por los protagonistas, para que sean llevados a la práctica en cada negocio, según entrevista a administradores del parque de feria.

#### **2.2.5 TRANSFORMACIÓN Y AGREGACIÓN DE VALOR**

Para que el producto o servicio sea de mayor calidad y con valor agregado, el área de transformación y agregación de valor dentro de la comercialización se promueve el diseño e implementación de estrategias de procesos agroindustriales

con calidad e inocuidad para la innovación de la pequeña y mediana economía familiar, según necesidades en los territorios y dando acompañamiento a los protagonistas en temas agroindustriales, con los objetivos a cumplir un desarrollo integral en los procesos, apoyando a grupos sociales de mujeres y hombres, mediante el fortalecimiento en las iniciativas y promover nuevos emprendimientos por medio de las mejoras en el acceso a los servicios.

Así también promueve la mejora de las capacidades técnicas de productores y productoras para que tengan un mejor desempeño y puedan diversificar actividades, transformar y agregar valor a la producción y distribuir el excedente de forma más justa entre las familias.

De igual manera asesora, planifica y ejecuta de la mano con el acompañamiento en la formulación de proyectos agroindustriales de los protagonistas para verificar el cumplimiento de normas técnicas y mejoramiento de los procesos de creación de nuevos productos.

## **2.2.6 ESTRUCTURA DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS**

Se encuentra ubicado en el barrio Memorial Sandino, del Parque donde está situado el Sombrero de Sandino, 150 mts. al Oeste y 400 mts. al Sur, contiene un área perimetral de aproximadamente 800 mts<sup>2</sup>, posee 2 puntos de acceso (entrada y salida), dentro de sus instalaciones existen dos plantas, la primera ubicada en la planta baja para el parqueo vehicular que se les ofrecen a los visitantes que ingresan al local, y el otro parqueo, ubicado en la planta alta para los vehículos institucionales, que participan en las actividades del transporte de los protagonistas y delegaciones que brindan el acompañamiento. A continuación, se ilustra un rotulo con las divisiones estructurales:

Foto No. 1: Mapa Territorial del Parque Nacional de Ferias



Fuente: Administración ANFEF

Foto No. 2: Estructura del Parque Nacional de Ferias



Fuente: Administración ANFEF

## Terraza No. 1

Compuesta por 15 diferentes módulos donde se ofertan: 03 de batidos, 02 de cocteles del mar, 5 de aperitivos típicos, 3 de fritangas y 02 refrescos naturales, que los visitantes degustan, cuenta con un anfiteatro para el público que visualizan las presentaciones culturales. También existe un escenario donde se realizan shows demostrativos y clases de danza, y una plaza en el centro en las que se efectúan demostraciones técnicas acerca de la elaboración de alimentos típicos y procesos de manualidades útiles.

Tabla 1. Cantidades de Módulos Terraza 1

Módulos	Cantidad
Batidos	3
Cocteles	2
Aperitivos Típicos	5
Fritangas	3
Refrescos naturales	2
<b>Totales</b>	<b>15</b>

Fuente: Elaboración propia

## Terraza No. 2

Integrada por 48 diferentes módulos donde se ofertan: vestuario, artesanías culturales nacionales, ornamentación, tejidos y bordados de hamacas, pintura artística, distribuidos: 12 correspondientes a vestuario, 06 ornamentación, 05 pinturas artísticas, 16 dedicados a la elaboración de artesanías, 09 a tejidos y bordados de hamacas.

Tabla 2. Cantidades de Módulos terraza 2

Módulos	Cantidad
Vestuario	12
Artesanías	16
Ornamentación	6
Tejidos y bordados	9
Pintura artística	5
<b>Totales</b>	<b>48</b>

Fuente: Elaboración propia



### Terraza No. 3

Formada por un total de 50 módulos, 30 protagonistas exponen calzado y textil (mixtos), 05 carteras, bolsos y fajas (accesorios), 07 calzado cuero procesado, 08 módulos donde ofrecen los servicios de medicina natural, terapias neural y floral, acupuntura y moxibustion,<sup>4</sup> reiki, medicamentos, cosméticos y nutrientes naturales, ozonoterapia.

Tabla 3. Cantidades de módulos terraza 3

Módulos	Cantidad
Calzado textil	30
Cartera, bolsos y fajas	5
Calzado cuero	7
Medicina natural	8
<b>Totales</b>	<b>50</b>

Fuente: Elaboración Propia

### Terraza No. 4

Constituida por 03 champa, 02 ofrecen productos y servicios de belleza, 01 de productos naturales fermentados (vinos), 20 protagonistas de productos naturales en granos (cebada, chíá, cacao, linaza, avena, ajonjolí, flor de Jamaica) 06 módulos que ofrecen productos encurtidos naturales (cascara de plátano, piña), 05 módulos dedicados al café orgánico, 05 módulos de golosinas, cajetas y dulces tradicionales, 04 módulos dedicados a producción de platanitos y enchiladas leonesas.

Tabla 4. Cantidades de módulos terraza 4

Módulos	Cantidad
Productos de belleza	2
Productos fermentados	1
Granos naturales	20
Encurtidos naturales	6
Café orgánico	5
Dulces tradicionales	5
Boquitas tradicionales	4
<b>Totales</b>	<b>43</b>

Fuente: Elaboración propia

---

<sup>4</sup> Terapia oriental que se utiliza a través de piedras para calentar el cuerpo, mediante sustancias medicinales.

## Terraza No. 5

Conformada con 27 protagonistas que ofrecen quesos, quesillos y derivados de lácteos, 06 que ofrecen refrescos naturales como: cacao, linaza, ensalada de frutas, chía, 09 protagonistas que venden requesón, raspados, elotes, chichas y 12 de comidas típicas.

Tabla 5. Cantidades de módulos terraza 5

Terraza No. 05	
Módulos	Cantidad
Derivados lácteos	27
Refrescos naturales	6
Requesón	3
Raspados	3
Elotes y chichas	3
Comidas Típicas	12
<b>Totales</b>	<b>54</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 2.2.7 OTRAS ÁREAS DE COMERCIO VINCULADAS AL PARQUE DE FERIA:

- **Granja Integral:** Integrado por: criadero de la especie de Tilapias, crianzas de ovejas, cabras, cerdos, ganado vacuno, iguanas, tortugas, conejos gallinas de diferentes especies, conocidas comúnmente: gallina india, chiricanos, guinea, de granjas, codornices, pavos y palomas.
- **Patio Saludable:** Dedicados a la producción de hortalizas y plantas ornamentales, cultivadas orgánicamente para consumo humano desde los patios de los hogares de los protagonistas. Venta de abono orgánico.
- **Madera Y Muebles:** Elaboración de muebles de madera finas: caoba, cedro real, cedro macho, pino. Protagonistas que comparten sus diseños exclusivos expuestos al público y a excelentes precios, con calidad.
- **Agroindustria Crissol:** tiene como principal objetivo la producción de: ajonjolí, yuca, café, granos básicos: arroz, frijoles, maíz, sorgo.

- **Gastronomía:** Comidas, bebidas y postres típicos y nutritivos

### **Réplicas de Casas Temáticas**

- **Casona del Café:** Es la representante de la calidad y promoción de la zona cafetalera de Nicaragua, mostrando los manjares típicos representativos de la región norte, con sus tradicionales rosquillas y los productos derivados del café.
- Los protagonistas participantes en esta **Casona del Café**, anteriormente se encontraban ubicados en el PNF, pero su gran talento y emprendurismo tomaron el reto con la aprobación del MEFCCA, mostrando su talento y sus raíces en esta casa temática, especializada en productos relacionados con el café a través de un servicio de calidad, eficiente y sobretodo la atención personalizada de atender al cliente.
- **Casa del Maíz:** fue creada para brindar un espacio diferente donde se promueven los productos tradicionales y una opción para disfrutar a un precio accesible y solidario, siendo los mismos productos ofertados en las ferias de la economía familiar en el PNF. Los productos tradicionales derivados del maíz: rosquillas somoteñas, enchiladitas leonesas, etc., están reunidos en un solo lugar.

**EI GRUN**, ha tomado como iniciativa promover a los protagonistas dedicados a la producción del maíz, a través de la apertura de la Casa del Maíz, la tradición expuestas por emprendedores viendo la oportunidad de compartir con el resto del país la cultura y gastronomía basada en el elemento principal, el maíz.

- **Hormiga de Oro:** una sorbetería que cuenta con una trayectoria bastante amplia desde la antigua Managua, reabre sus puertas para que la población en general pueda saborear y disfrutar los mejores helados del país, batidos de frutas y raspados de distintos sabores.

Los protagonistas reunidos en un mismo lugar, poniendo en exhibición las recetas a la población que visita esta famosa sorbetería. Los productos que se ofrecen son elaborados con estándares de calidad e higiene, ya que los protagonistas han sido capacitados por medio de la Escuela Nacional de Administración Hotelera, para cumplir con las exigencias sanitarias.

### **Módulos por áreas del Parque Nacional de Ferias**

En la tabla No. 6, se presenta las cantidades de módulos, que se encuentran en distribuidas por cada área de comercialización el Parque Nacional de Ferias donde los Protagonistas y Pequeños Negocios exponen sus servicios y actividades económicas.

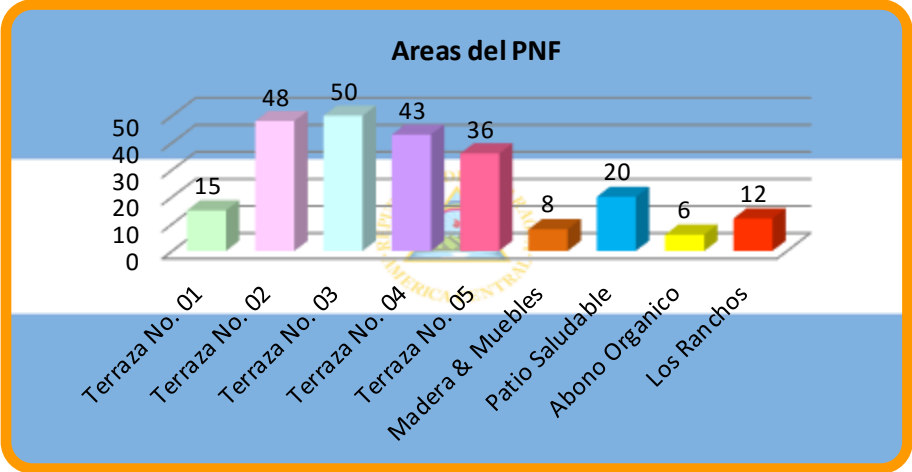
Tabla 6. Módulos por áreas del PNF

<b>Áreas del PNF</b>	<b>Cantidad de Módulos</b>
Terraza No. 01	15
Terraza No. 02	48
Terraza No. 03	50
Terraza No. 04	43
Terraza No. 05	54
Madera & Muebles	8
Patio Saludable	20
Abono Orgánico	6
Los Ranchos	12
<b>Totales</b>	<b>256</b>

Fuente: Elaboración propia

En el Grafico No. 1, se muestra los módulos que sobresalen con la mayor cantidad nominal de módulos por cada área de comercialización del Parque Nacional de Ferias, sobresaliendo la tercera y segunda Terraza con 50 y 48 módulos.

Grafico 1. Módulos por áreas del PNF



Fuente: Elaboración Propia

### **CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS Y LOS PROGRAMAS PRODUCTIVOS QUE DESARROLLAN EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS, COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MEDIANTE EL FINANCIAMIENTO ADQUIRIDO.**

#### **3.1 PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL CONTEXTO DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS**

Una vez que se ha dado a conocer cómo funciona el PNF y la forma en la que está estructurado, permite derivar quienes son los agentes económicos que asisten a ese espacio para participar y dinamizar el comercio.

Hay que dejar claro que el funcionamiento de esta estrategia de feria tiene una filosofía dentro de la atención que el gobierno da ciertos sectores que necesitan impulso para desarrollarse, en ese contexto existen dos términos que se han venido mencionando y que son de referencia popular en la PNF:

- a) **Protagonista:** es un término utilizado en Latinoamérica en el marco de políticas de desarrollo por diferentes organismos representativos para referirse a temas de migración, diversidad, empleo, gobernanza, relaciones de género, desarrollo rural entre otros. Según Delegado del Mefcca, cuando se refieren a protagonistas:” *es el rol protagónico que debe asumir una persona en los diferentes programas que promovemos, para ser autor de su propio cambio*”. El principio presente es que las personas que son elegidas o aplican a los programas que se promueven por el MEFCCA, asuman compromisos y tareas para llevar a cabo las actividades que van vinculadas a los beneficios que van a recibir.
  
- b) **Pequeños negocios:** este término coincide con la definición de la Ley de MIPYMES en Nicaragua, inicialmente el MEFCCA asumió este término para lo que la Ley 645, Ley de Mi PYME establece para micro negocios, pero actualmente, según, entrevista a Delegado, se consideran los micro y pequeños negocios, según la Ley:

Cuadro 2. Clasificación de empresas

	Micro	Pequeño
Número total de trabajadores	1-5	6-30
Valor de activos totales	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 millones
Ventas totales anuales en córdobas	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones

Fuente: Ley de Mipyme en Nicaragua.

### **3.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS:**

Los agentes que venden en el parque de ferias son producto del trabajo de los enlazamientos productivos de los grupos solidarios de las mujeres del bono productivo, de Usura Cero, cooperativas, crisol, programas que facilitan el enlace de la producción campesina, individual o cooperativa, con las compras locales para diferentes programas del gobierno. Se impulsan diferentes mecanismos de comercialización de los pequeños negocios a través de las ferias Nacionales, Municipales y Regionales.

Estos encadenamientos comerciales se van construyendo en las diferentes áreas de trabajo, como: mujeres del bono productivo alimentario, mujeres de Usura Cero, protagonistas de artesanías, protagonistas de la industria alimentaria, emprendimientos turísticos, pequeños negocios que ofrecen productos y servicios turísticos y los protagonistas de medicina natural.

En el capítulo 2, señalamos que las actividades de los Protagonistas y Pequeños Negocios están sujetas a la calendarización de Ferias que se coordinan entre La Dirección de Pequeños Negocios y la Administración Nacional de Ferias de la Economía Familiar, por lo que su visita al Parque de ferias no es de frecuencia continua. Algunos negocios son rotatorios y otros fijos en la permanencia del local. La procedencia u origen es un elemento que incide en este aspecto.

A continuación, se presentan indicadores que muestran las principales características encontradas:

### a) Grupos de edad

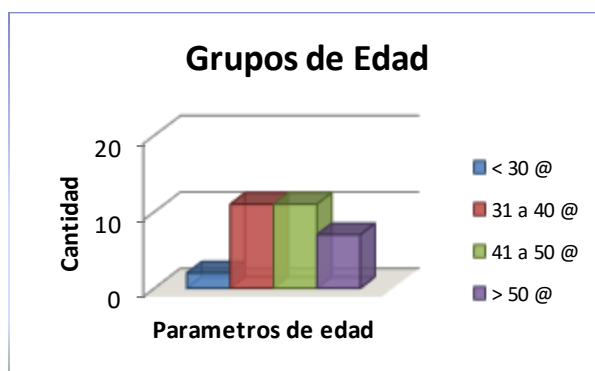
En una selección de n=31 personas del total poblacional de N=256 participantes del Parque Nacional de Ferias, se identificaron los siguientes rangos de edades entre los que se concentras de 31 a 50 años muy pocos jóvenes:

Tabla 7. Grupos de edad de la muestra n=31

Grupos de Edad n=31	Cantidad
< 30 años	2
31 a 40 años	11
41 a 50 años	11
> 50 años	7
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2. Grupos de edad de la muestra n=31



Fuente: Elaboración Propia



## b) Sexo

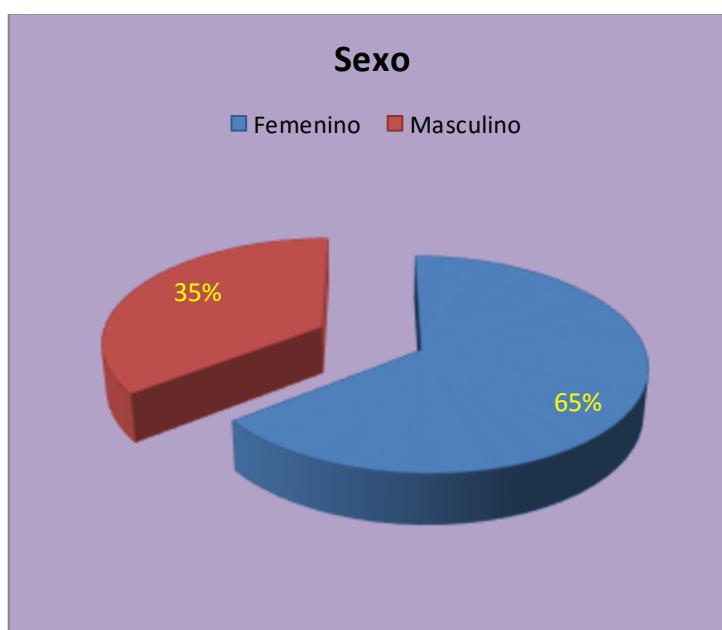
Se puede observar que las mujeres prevalecen con un 65%, de la selección de la muestra. Las mujeres tienen mayor participación y existe una estrategia dirigida a fomentar esos espacios que respecta al desarrollo productivo de la economía familiar.

Tabla 8. Sexo de la muestra n=31

Sexo n=31	Cantidad
Femenino	20
Masculino	11
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 3. Sexo de la muestra n=31



Fuente: Elaboración Propia

### c) Nivel Académico

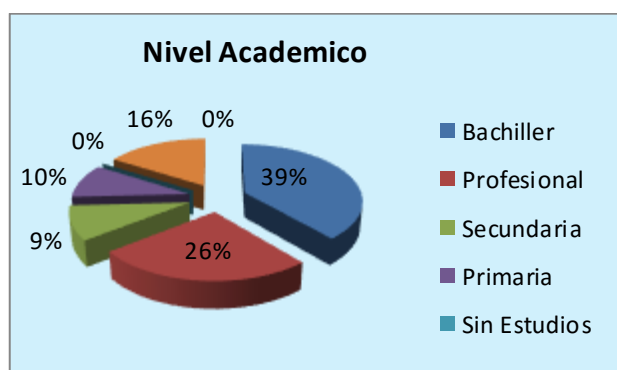
Con relación al nivel académico, en la selección tomada se muestra el 39% bachiller, 26% Profesionales, 16% universitarios, 10% con estudios de primaria y por último 9% estudios de secundaria, se valora que la mayoría de los protagonistas en las actividades de economía familiar poseen conocimientos y niveles de educación académicos desde básicos hasta profesionales.

Tabla 9. Nivel Académico de la muestra n=31

Nivel Académico n=31	Cantidad
Bachiller	12
Profesional	8
Secundaria	3
Primaria	3
Sin Estudios	0
Universitario	5
Técnico	0
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 4. Nivel académico de la muestra n=31



Fuente: Elaboración Propia

### d) Características demográficas de la población seleccionada

Según los datos demográficos de los participantes encuestados, en su mayoría son proveniente del sector rural y cuenta con educación, los cuales aportan al sector comercio a través de su actividad económica. La selección abordada en su total es de n=31, en las tablas siguientes presentamos el origen

y procedencia por sexo, con el fin de conocer el grado de aceptación en las actividades económicas.

Cuadro 3. Procedencia de los protagonistas del sexo femenino n=20

Procedencia de los protagonistas del sexo Femenino n=20				
Dpto. / Origen	Urbano	Rural	Municipio	Nivel académico
Boaco	1	0	Boaco	Bachiller
Carazo	0	1	El Rosario	Universitario
Chinandega	0	3	5 Pinos y San Pedro del Norte	Primaria y Secundaria
Chontales	1	0	Juigalpa	Bachiller
Granada	0	1	Diría	Profesional
Managua	6	2	D-I,II,III y VI / Mateare y Ticuantepe	Primaria, Secundaria, Bachiller, Universitario y Profesional
Masaya	0	5	La Concha, Masatepe, Niquinohomo y San Juan de Oriente	Bachiller
<b>Total</b>	<b>20</b>			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4. Procedencia de los protagonistas del sexo masculino n=11

Procedencia de los protagonistas del sexo Masculino n=11				
Dpto. / Origen	Urbano	Rural	Municipio	Nivel académico
Boaco	0	1	San Lorenzo	Profesional
Carazo	0	2	El Rosario y Jinotepe	Profesional y Bachiller
Chinandega	0	1	Corinto	Universitario
Madriz	0	1	Somoto	Bachiller
Managua	3		D-V y VI	Profesional
Masaya	1	2	La Concha y Masaya	Secundaria, Universitario y Profesional
<b>Total</b>	<b>11</b>			

Fuente: Elaboración Propia

### e) Ocupación laboral de los protagonistas

Con relación a la ocupación el mayor porcentaje en la categoría de comerciante con 42%, característica que sobresale como la actividad económica más abundante en la población y es coherente con el PNF.

Tabla 10. Nivel de Ocupación de la muestra n=31

Ocupación n=31	Cantidad
Administrador	1
Ebanista	1
Carpintero Ebanista	1
Comerciante	13
Estudiante	2
Fisioterapeuta Naturista	1
Marroqueria	2
Naturista	1
Productor	4
Técnico agricultor	1
Técnico Forestal	1
Técnico Industrial	1
Vendedor	2
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 5. Nivel de Ocupación de la muestra n=31



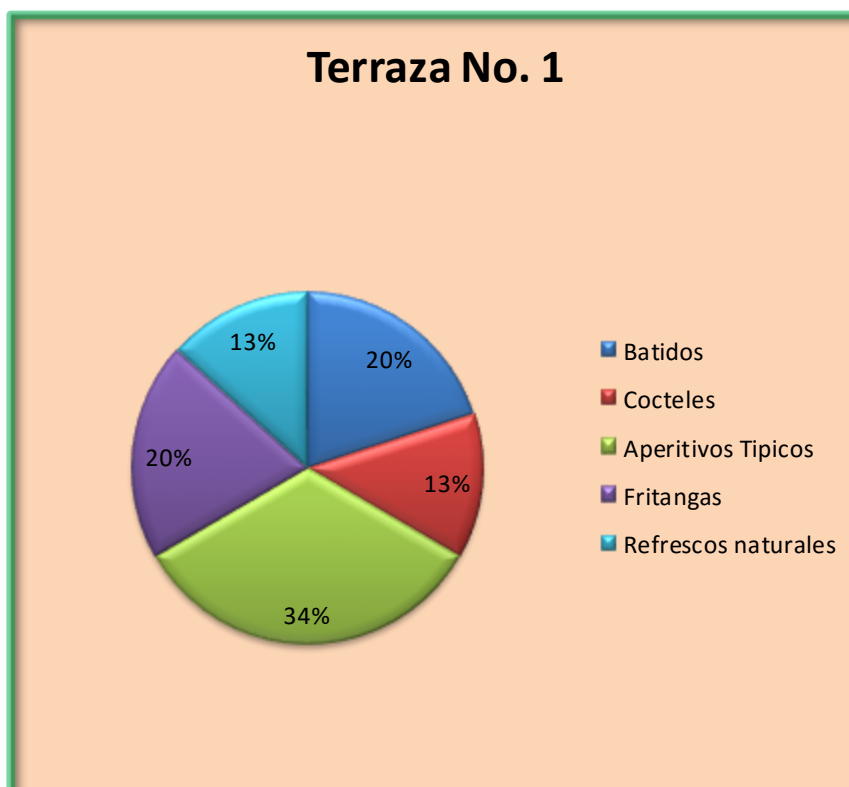
Fuente: Elaboración Propia

### 3.3 ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICAN LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS

De acuerdo a la distribución de terrazas del PNF, también se determinó las actividades presentes en cada una y las que predominan entre los protagonistas y pequeños negocios:

En el Grafico No. 6, se presenta la distribución porcentual de las actividades económicas que desarrollan los Protagonistas y Pequeños Negocios en el Parque Nacional de Ferias de la Economía Nacional, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de aperitivos típicos con el 34% de la Terraza No. 1

**Grafico 6. Distribución de actividades por modulo terraza 1**



Fuente: Elaboración propia

En el Grafico No. 7, presentamos la distribución porcentual de las actividades económicas que desarrollan los Protagonistas y Pequeños Negocios en el Parque Nacional de Ferias de la Economía Nacional, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de artesanías con el 33% de la Terraza No. 2.

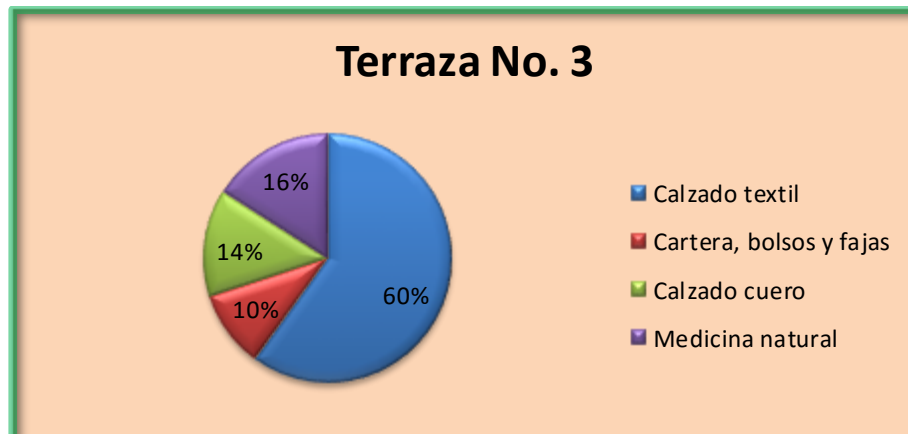
**Grafico 7. Distribución de actividades por módulos terraza 2**



Fuente: Elaboración propia

En el Grafico No. 8, presentamos la distribución porcentual de las actividades económicas que desarrollan los Protagonistas y Pequeños Negocios en el Parque Nacional de Ferias de la Economía Nacional, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de calzado textil con el 60% de la Terraza No. 3.

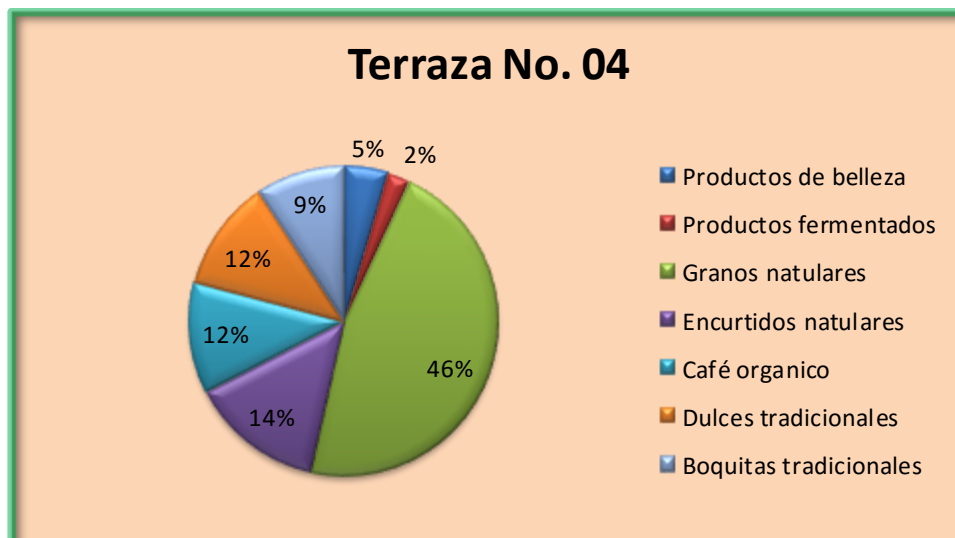
**Grafico 8. Distribución de actividades por módulos terraza 3**



Fuente: Elaboración Propia

En el Grafico No. 9, presentamos la distribución porcentual de las actividades económicas que desarrollan los Protagonistas y Pequeños Negocios en el Parque Nacional de Ferias de la Economía Nacional, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de granos naturales con el 46% de la Terraza No. 4.

**Grafico 9. Distribución de actividades por módulos terraza 4**

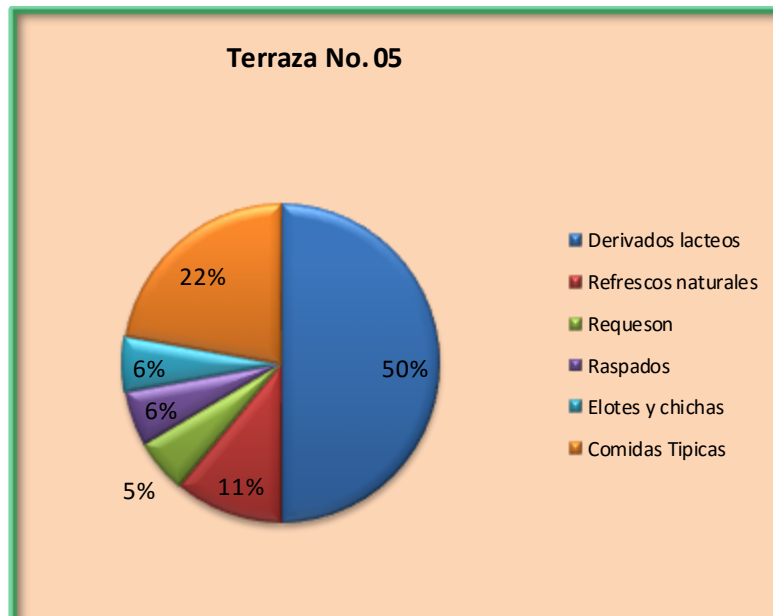


Fuente: Elaboración Propia

En el Grafico No. 10, presentamos la distribución porcentual de las actividades económicas que desarrollan los Protagonistas y Pequeños Negocios

en el Parque Nacional de Ferias de la Economía Nacional, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de derivados lácteos con el 50% de la Terraza No. 5.

Grafico 10. Distribución de actividades por módulos terraza 5



Fuente: Elaboración Propia

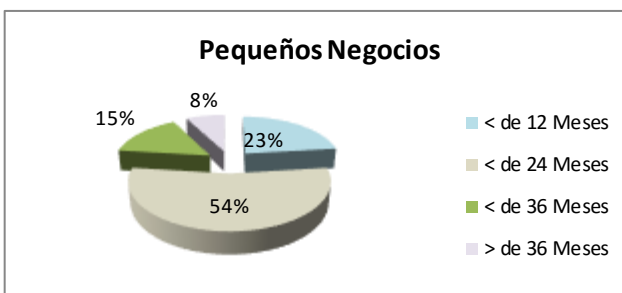
### 3.4 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS POR GRUPO DE PARTICIPANTES PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS Y EL TIEMPO QUE TIENEN DE ESTAR EN SUS LOCALES

A continuación, se hace una descripción de las actividades económicas tomando los dos términos por separado Pequeños Negocios y Protagonistas, igualmente se relaciona con el factor tiempo en donde se aprecia que los Pequeños Negocios de la economía familiar predomina con mayor estancia en el local con un tiempo menor de 24 meses con un 54% tomado del total de n=19 seleccionados.



Cuadro 5. Tiempo de estancia de los pequeños negocios

Pequeños Negocios	Propio	Familiar	Total
< de 12 Meses	3	0	3
< de 24 Meses	7	3	10
< de 36 Meses	2	0	2
> de 36 Meses	1	3	4
<b>Total</b>	13	6	<b>19</b>

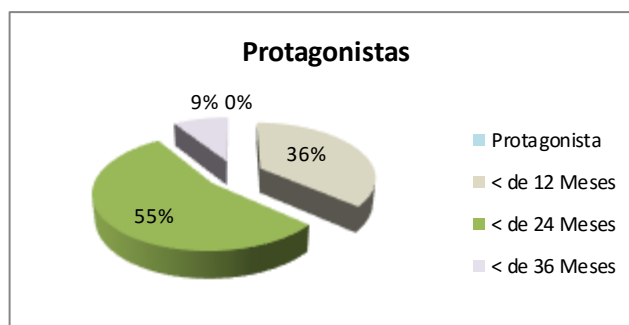


Fuente: Elaboración propia

De igual manera se encontró en los datos tomados de los protagonistas, que también predominan con mayor estancia en el local por un tiempo menor de 24 meses, con un 54% del total de n=12 seleccionados.

Cuadro 6. Tiempo de estancia de los protagonistas

Protagonista	Propio	Familiar	Total
< de 12 Meses	4	0	4
< de 24 Meses	6	1	7
< de 36 Meses	1	0	1
<b>Total</b>	11	1	<b>12</b>



Se puede afirmar que en ambos grupos tanto en Pequeños Negocios y Protagonistas, tienen permanencia o prevalencia del tiempo de operación en el local lo que implica una ruta para alcanzar la promoción como negocio independiente y sostenible de su propia actividad económica.

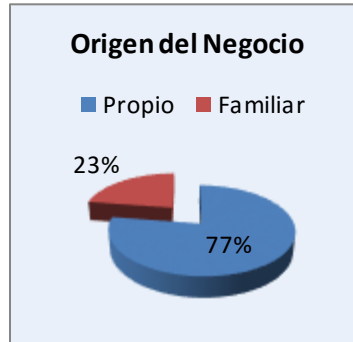
### 3.5. INFORMACIÓN DEL NEGOCIO – CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

Del total de encuestados, resulto una distribución, Negocios Propios con un 77% y familiares con 23%. Afirmamos que la mayoría de los participantes

actúan por ideas propias, con el objetivo de obtener mejorías, crecimientos y progresos en su actividad.

Grafico 12. Naturaleza del negocio

Negocio	Cantidad
Propio	24
Familiar	7
<b>Total</b>	<b>31</b>

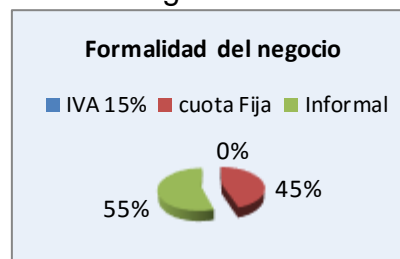


Fuente: Elaboración propia

Con relación a la formalidad del negocio, si está constituido legalmente como empresa o persona natural, si declara impuesto al valor agregado (IVA 15%), cuota fija, como contribuyente sobre el giro de su negocio, de la venta o servicio que brinda, y por último si es un negocio en formación o informal. Los resultados fueron los siguientes:

Grafico 13. Formalidad del negocio

Declaración Fiscal	Cantidad
IVA 15%	0
cuota Fija	14
Informal	17
<b>Total</b>	<b>31</b>



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar la mayoría de estos, funcionan como cuota fija, por su tamaño están dentro de este régimen fiscal, y más de un 50% no está constituido legalmente.

### 3.6 CONSOLIDADO DE RUBROS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS PARTICIPANTES

Según los datos obtenidos las actividades clasificadas como la Gastronomía con un 29% es uno de los más representativos en el PNF.

A continuación, detallamos los productos y servicios por cada rubro económico en forma general:

- Alimentos: Batidos de frutas, Productor de piñas, Venta de frutas.
- Artesanía: Artesanías de pino, arcillas
- Bebidas: Vinos fermentados, miel y pulpa de café
- Confitería: cajetas, Dulces y rosquillas
- Cuero: Marroquería y calzado
- Gastronomía: Raspados naturales y empacados, Maíz, chicha, tortilla, pupusas, elotes, güirilas, comida natural, sopas, asados, cocteles del mar y refrescos.
- Granos básicos: Productos agrícolas
- Lácteos: Queso y derivados lácteos
- Madera y Muebles: Sillas, comedor, enseres, cómodas, closet, mesas, bancas y muebles en su variedad.
- Medicina: Terapia natural, Medicina Natural, reiki, ozonoterapia, acupuntura y moxibustion.
- Orgánicos: Fertilizantes orgánicos
- Ornamental: Flores y plantas
- Textiles: Hamacas, sillas, vestuario, bolsos y calzados.

Tabla 11. Actividad Económica de la muestra n=31

Actividad Económica n=31	Cantidad
Alimentos	3
Artesanía	3
Bebidas	1
Confitería	2
Cuero	2
Gastronomía	9
Granos básicos	1
Lácteos	2
Madera y Muebles	2
Medicina	2
Orgánicos	1
Ornamental	2
Textiles	1
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 14. Actividad Económica de la muestra n=31



Fuente: Elaboración Propia

## **CAPÍTULO IV: OPCIONES DE FINANCIAMIENTO Y LOS REQUISITOS QUE PIDEN A LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS.**

### **4.1 TIPOS DE PROGRAMAS PRODUCTIVOS QUE BENEFICIAN A LOS PROTAGONISTAS DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS**

Antes de abordar propiamente el financiamiento en este apartado, se hace necesario explicar los programas que el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN), por medio del MEFCCA ha desarrollado en favor de los protagonistas y pequeños negocios como una alternativa ante la situación precaria de las opciones de financiamientos, que después se explicaran.

**a) Bono Productivo Alimentario BPA:** es entregado principalmente a mujeres el tema clave es la capitalización a las familias. Se realiza la selección de las familias desde las delegaciones territoriales, desde las comunidades se desarrolla el proceso de capacitación en los aspectos técnicos que permitan la selección y adquisición de bienes en base a las especificaciones técnicas establecidas por el Programa (calidad), incluyendo los temas de asociatividad, género y constitución del fondo revolventes.

Este programa cumple con el objetivo principal en incrementar la producción de alimentos para el autoconsumo y la generación de ingresos a partir de los excedentes productivos de las familias protagonistas, fortaleciendo sus capacidades organizativas, productivas y de comercialización.

En el Parque Nacional de Ferias, los protagonistas que se benefician con el programa, están destinados a producir, para abastecer su propia mesa y a mediano plazo establecer mercados locales para aumentar producción hasta llegar al nivel de exportar. Uno de sus ejes es garantizar la seguridad alimentaria en las familias.

El Bono, que tiene un valor de 2.000 dólares, incluye además **una línea de crédito** y un biodigestor para convertir desechos orgánicos en energía. Asimismo, prioriza la alimentación de los niños que acuden a la escuela y el pago

de dinero por trabajos que redundan en el bien comunitario. La aspiración es que cada familia campesina sea capaz de producir para abastecer su propia mesa de leche, carne, huevos, frutas, verduras y cereales, y a mediano plazo establecer mercados locales y exportar esos productos.

En el PNF los protagonistas se encuentran ubicados en las terrazas, en el sector de lácteos, frutas, verduras y hortalizas a un precio solidario para el consumidor.

**b) Programa Patio Saludable PPS:** Tiene como objetivo incrementar la disponibilidad sostenible de alimentos sanos y nutritivos de familias urbanas y periurbanas, habilitando la capacidad de producción en patios, con un manejo agroecológico, como una manera de contribuir a la seguridad alimentaria y mejorar la calidad de vida de las familias.

El desarrollo de conciencia, cambio de hábitos alimenticios y compromiso de las familias, con la seguridad, soberanía alimentaria y la protección del planeta, a través del establecimiento de huertos familiares donde se producen hortalizas, frutales, plantas aromáticas, verduras, amaranto, marango y especies menores que complementen la disponibilidad de alimentos para la familia, desarrollando capacidades técnicas en la agricultura familiar, y el uso de nuevas tecnologías para un mayor rendimiento, manejo y construcción en centros de desarrollo, de capacidades y adopción de tecnología, organización e impulso de rendimientos productivos de la agricultura familiar.

El PPS demuestra la ampliación de la cobertura de esta iniciativa por su comprobada contribución a la disminución de los índices de subnutrición y al mejoramiento de la calidad de vida de las familias nicaragüenses. Los protagonistas al presentar sus productos en el Parque Nacional de Ferias, contribuyen a la economía nicaragüense, ya que la producción interna se consume tanto en el casco rural, como urbano, verduras frescas cultivadas con estándares de calidad, debidamente fiscalizada, y tecnificada por medio de las continuas capacitaciones que reciben los protagonistas a través del MEFCCA.

Por medio de estas técnicas se generan alimentos sanos e inofensivos, con lo cual se eleva la calidad nutricional, y promover la utilización tanto de plantas medicinales como ornamentales. Dentro del PNF, se ubica en la terraza de productos medicinales y naturales, que se ofertan en las diferentes ferias con temáticas específicas, como emblemáticas.

**c) Programa Usura Cero:** tiene poco más de siete años de creación, para beneficiar a mujeres de zonas urbanas que se planteaban abrir un negocio y mejorar la economía del hogar, durante ese tiempo el programa ha beneficiado a más de 180 mil protagonistas con una cifra mayor a los 500 mil créditos en 144 municipios, y en Managua se estima alrededor de 45% en préstamos que se realizan prácticamente sin interés, con el compromiso de reintegrar el dinero en un plazo determinado para ayudar a otras que también requieran de ayuda financiera.

Para el otorgamiento de estos préstamos, se crean grupos de 5 a 10 integrantes y se le otorga a ese bloque una cantidad de dinero, que se reparten entre ellas, por lo que cada una tiene una cifra a reintegrar, pero cuando existen casos de enfermedad u otra causa mayor, entonces las restantes del grupo ponen su parte como un préstamo.

La recuperación del dinero prestado está en un 98%, lo que significa que ha sido efectivo, porque hay socias de Usura Cero con más de cinco créditos, algunas hasta 18, y cuando consideran que ya pueden continuar solas, porque su negocio prosperó, lo hacen saber, y se cede el espacio en la terraza ubicada según el rubro de su producto a un nuevo protagonista.

**d) Programa Cristiano, Socialista y Solidario CRISSOL,** que, a través del departamento de atención desde el MEFCCA, se encarga de atender plan de financiamiento a los pequeños productores que son seleccionados, verificados y filtrados por la Promotoría Solidaria y CARUNA, BANCO PRODUZCAMOS, en sus bases de datos para ser protagonistas de los grupos solidarios de estos programas, según criterios de selección establecidos en los reglamentos operativos.

CRISSOL, es un esquema crediticio que entrega recursos a los campesinos con mucha más facilidad de pago que lo que realizan las instituciones financieras y funciona como un programa de compras de futuro sobre las cosechas con pequeños productores, con quienes se fija un precio y luego estos pagan con granos. Se realiza un seguimiento a los desembolsos programados y asegurar en conjunto con las Delegaciones su cumplimiento, funciona como enlace de los Programas CRISSOL Café, Granos Básicos, Ajonjolí y Yuca con CARUNA y BFP.

## **4.2 ROL DEL ESTADO DE NICARAGUA CON RELACIÓN AL FINANCIAMIENTO PARA ACTIVIDADES PRODUCTIVAS**

El Plan Nacional de Desarrollo Humano (PNDH), ha sido el documento marco de donde se derivan las estrategias de este Gobierno. A continuación, damos a conocer las diferentes políticas que presentan las orientaciones del Estado con relación a este tema:

### **a) Entorno político**

El GRUN, a través de las estrategias que se exponen en El Plan Nacional de Desarrollo Humano, continúa teniendo en alta prioridad el crecimiento económico con incremento del trabajo y reducción de la pobreza y las desigualdades, con estabilidad macroeconómica, apoyando con estrategias microeconómicas a los pequeños y medianos productores, con competencia equitativa y con diversas oportunidades de expansión mediante las oportunidades que se brindan a través de las instituciones especializadas en cada rama económica, con soberanía, seguridad e integración en armonía con la Madre Tierra, en beneficio de las familias nicaragüenses. El PNDH 2012-2016 reafirma el objetivo del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional de mejorar las condiciones de vida de todos los nicaragüenses, siendo la voluntad del gobierno de emprender dentro de la economía del país, la economía familiar, y así apoyar especialmente a los más pobres, por medio de la ejecución de proyectos de hermandad de países solidarios tales como el ALBA. (Gobierno de Nicaragua, 2012)



Las políticas económicas desarrolladas a través del PNDH 2012-2016, hablan directamente del mejoramiento de una microeconomía más sectorial, encabezada por los pequeños y medianos productores de bienes y servicios, evitando los mercados imperfectos por la existencia de tanto monopolio, oligopolio, ante la pequeña competencia imperfecta que existe por parte de los pequeños productores, que no son tan productivos, pero que con los diferentes programas que el gobierno ha creado, permite a través de capacitación continua y financiamiento mejoren en técnicas de producción, para ser más competitivos y desarrollarse cumpliendo normas de calidad, desde el inicio del proceso de producción hasta el bien o servicio terminado.

### **b) Política de Comercio**

El comercio interno a precios justos continuará siendo apoyado mediante una política activa de acopio de granos básicos a nivel nacional. Se impulsará el proceso productivo de pequeños y medianos productores a fin de salvaguardar la seguridad alimentaria e incidir en los precios de productos básicos de consumo popular. Lo anterior, se realizará mejorando la red de distribución y acopio de alimentos básicos, así como de cereales: soya, ajonjolí, avena, etc. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2013)

### **c) Política de Producción**

La generación de mayor valor agregado es uno de los objetivos estratégicos de la estrategia productiva 2013-2016 para la transformación del sector productivo y economía nacional. Los programas dirigidos y especializados con enfoque sectorial, impulsarán la producción a diversas escalas, fomentarán la diversificación y el aumento del valor agregado de las exportaciones, y potenciarán los mercados actuales y el acceso a nuevos mercados. Lo anterior se enmarcará en una consolidación de la alianza estratégica entre los trabajadores, el sector privado productivo y empresarial, la economía familiar, comunitaria, cooperativa y asociativa y el Gobierno, para seguir garantizando condiciones favorables para las inversiones nacionales y extranjeras, que permitan consolidar la transformación productiva.

En el sector de Micro, Pequeña y Mediana Empresas (MIPYME) se mantendrá la priorización de cinco ramas de actividad productiva: agroindustria alimentaria urbana, textil-vestuario, cuero-calzado, madera-muebles y artesanías ubicadas en la zona urbana de 15 departamentos y 2 regiones autónomas. Lo anterior, en un marco de prácticas de equidad y complementariedad de prácticas de género, procesos productivos en armonía con el medio ambiente, integración y el impulso al proceso de desconcentración de servicios de fomento al sector.

Para el período 2012 – 2016, los servicios estarán orientados a capacitar y acompañar con asistencia técnica a empresarios en temáticas relacionadas al desarrollo empresarial; apoyar la comercialización y acceso a mercados selectivos, así como visibilizar a la MIPYME, impulsando los espacios de participación desde el enfoque del modelo de participación a la población, esto según el informe del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

El Plan Nacional de Desarrollo Humano, continúa teniendo en alta prioridad el crecimiento económico con incremento del trabajo y reducción de la pobreza y las desigualdades, con estabilidad macroeconómica, con soberanía, seguridad e integración en armonía con la Madre Tierra, en beneficio de las familias nicaragüenses. El PNDH 2012-2016 reafirma el objetivo del gobierno de reconciliación y unidad nacional de mejorar las condiciones de vida de todos los nicaragüenses, especialmente el de los más pobres por medio de la ejecución de proyectos de hermandad de países solidarios tales como el ALBA. (Gobierno de Nicaragua, 2012)

### **c) Aspectos financieros**

La unión de los programas sociales y económicos del gobierno, espera el fortalecimiento de economía familiar y comunitaria, que contribuya a la reducción de la pobreza, desigualdad y las condiciones de vida, porque no es posible dar el salto cualitativo hacia una mayor productividad y valor agregado, sin el fomento a la generación e incorporación de la ciencia, tecnología e innovación en las actividades productivas del país, especialmente la pequeña producción y la economía familiar.

El desarrollo de la economía familiar, comunitaria y cooperativa requiere de capital de corto, mediano y largo plazo. Disponer de mecanismos financieros en condiciones justas es el objetivo principal de la política financiera que acompaña a la estrategia productiva, en un contexto de sostenibilidad fiscal y de creación de capacidades de pago de parte de los pequeños productores.

El Gobierno de Reconciliación de Unidad Nacional impulsa desde el 2007 mecanismo de financiamiento para las familias que han venido a capitalizar las actividades económicas que realizan. Los programas emblemáticos, Hambre Cero y Usura Cero, son el más claro ejemplo de la política de capitalización de la producción familiar, el Bancos de Fomento a la Producción y ALBA-CARUNA han constituido otras fuentes de financiamiento a tasas de interés justas.

La capitalización de las familias al acceso a crédito e insumos de los pequeños productores y empresarios a través de los conocimientos, tecnología y la asistencia técnica para el desarrollo de sus capacidades, aumenta los rendimientos y mejora de su producción, son claves para el crecimiento y desarrollo de los mismos.

Como se puede observar los lineamientos de atención del gobierno sobre todo en este último inciso, declaran que los programas sociales, ya mencionados tienen un fin y es el de ser un medio alternativo de financiamiento y capitalización a las familias rurales y urbanas, que se organizan en diferentes formas asociativas. Uno de los aspectos claves es que estos financiamientos son adecuados a las características de los beneficiarios en plazos, montos, formas de pago y uso del dinero. (Gobierno de Nicaragua, 2012)

#### **4.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO IDENTIFICADAS ENTRE LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS**

Después de analizar las alternativas del gobierno, ¿qué otras opciones tienen los protagonistas y pequeños negocios fuera de ello para financiar sus actividades económicas?

Según el sondeo realizado, las opciones dispuestas para estos, no están totalmente en la Banca, esto debido a una simple razón, y es que no pueden cumplir con los requisitos que se pide.

Algunas opciones se explican a continuación:

- **ASOCIACIÓN ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LAS MUJERES (ADIM)**

ADIM, Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, es una asociación que ofrece servicios de desarrollo empresarial en equidad, preferentemente para mujeres emprendedoras en segmentos de pobreza y micro empresas rurales y de periferia urbana, para promover el crecimiento económico y su empoderamiento personal y empresarial.

Esta Asociación nace en 1989 por iniciativa de un grupo de mujeres con liderazgo económico del sureste rural de Masaya y de profesionales externas interesadas en acompañar el proceso de empoderamiento de las mujeres con micro empresas.

Brinda los servicios financieros dirigidos a la población con un enfoque de género, siendo el microcrédito uno de los productos que aplican como recurso necesario para promover el crecimiento económico y personal. El micro crédito es un factor necesario, pero insuficiente para el empoderamiento de las mujeres con micro empresas, se requiere una oferta integrada por micro crédito, desarrollo de capacidades empresariales y fortalecimiento de la autonomía personal.

ADIM ofrece costos de financiamiento diferenciados por cada producto financiero. Para Grupos Solidarios cobra una tasa de costo efectiva anual (TCEA) del 101.63%, en cuanto al Crédito a Mujer cobra una TCEA del 49.21% (véase anexo No.1), (Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, (ADIM), 2016)

- **ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL NORTE DE CHINANDEGA (ADENOCH)**

ADENOCH es una organización, fundada en 2001, constituida legalmente el 10 de febrero de 2004. Se centra en 12 comunidades alrededor de San Francisco del Norte. Sus 420 miembros son agricultores y propietarios de pequeñas empresas. Tiene la misión de identificar necesidades y desarrollar y llevar a cabo la capacitación, crédito y comercialización de programas que mejoren la calidad de vida de sus miembros y de sus familias.

ADENOCH tiene como objetivo aumentar los ingresos de los agricultores y propietarios de pequeñas empresas a través de asistencia técnica, crédito y otros tipos de apoyo. ( ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL NORTE DE CHINANDEGA (ADENOCH), 2014)

- **COOPERACIÓN Y ASISTENCIA FINANCIERA SOCIEDAD ANÓNIMA, CAFINSA**

CAFINSA, es una sociedad anónima, debidamente constituida conforme a las Leyes de la República de Nicaragua, inscrita en el Registro Público de la Ciudad de Managua, Nicaragua, el 04 de junio de 1998.

Esta financiera otorga crédito a personas o grupos de personas que por sus escasos recursos no son sujetos de crédito en otras instituciones financieras. Tiene como propósito transformar el conocimiento de los procesos de negocio en soluciones integrales e innovadoras.

Los productos financieros que ofrece CAFINSA al público, permiten participar en los procesos de desarrollo del país, mediante la generación de empleo y bienestar a través de la promoción de los servicios financieros, no financieros y otros relacionados. Dentro de los cuales se mencionan los **Préstamos a Grupos Solidarios, Préstamos Individuales y Préstamos Personales.**

En un Grupo Solidario se combinan: crédito, capacitación, asesoría técnica, asesoría legal, asesoría comercial y la organización comunal. Su principal garantía es la solidaridad, por tanto: *Todos son mis fiadores, Yo soy fiador de todos*. El proceso del crédito se realiza a través de un monto entre U\$200 y U\$2,000, por un periodo de 4 a 8 meses, con una frecuencia de pago semanal o quincenal, garantías solidarias, fianzas cruzadas y prendarias.

Los **Préstamos Individuales** son solicitados por una persona con negocio propio, avalado por un fiador solidario, con respaldo de garantías reales, hipotecarias y/o prendarias. Aplican por un monto de U\$500 a U\$5,000, en un plazo de 4 a 12 meses, con frecuencias de pago semanal y quincenal, con garantías de fiador solidario, prendarias o hipotecarias.

La carga financiera varia trimestralmente, la tasa de interés anual es del 48%, mensual 4% y los cargos por servicios financieros 1.45%. ( CAFINSA, 2016).

- **BANCO DE FINANZAS (BDF)**

El Banco de Finanzas fue fundado el 2 de junio de 1992 con la perspectiva de establecerse sólidamente en el mercado nicaragüense con visión de largo plazo.

Desde sus inicios, el BDF se definió como una banca orientada al consumo y a los pequeños negocios, y se ha caracterizado por brindar oportunidades y acceso al sistema financiero a más de 200 mil nicaragüenses.

Entre sus productos financieros el BDF ofrece **Credipyme**, el cual ha sido creado para otorgar financiamiento a personas naturales o jurídicas, mejora o continuidad de actividades de pequeña y mediana empresas.

El financiamiento de **Credipyme** es aplicado como capital de trabajo, adquisición de equipos, consolidación de deudas, refinanciamiento deuda hipotecaria (locales de trabajo), remodelación o mejoramiento de infraestructura de negocio, construcción y compra de bienes inmuebles.

En el cuadro No. 7 se presentan los requisitos que se solicitan para aplicar al préstamo financiero PYME. (Banco de Finanzas, (BDF), 2016)

Cuadro 7. Requisitos generales para préstamos pyme del BDF

Requisitos Generales	Propietarios Negocios	Asalariado
Ser mayor de 21 años	✓	✓
Tener mínimo 1 año de establecido el negocio	✓	✓
Fotocopia de cédula de identidad	✓	
Fotocopia de matrícula de la alcaldía o número RUC	✓	
Referencias comerciales o crediticias	✓	
Estados situación personal (balance general y estado de resultado) del mes más reciente	✓	✓
Descripción de plan de inversión y estudio de factibilidad (en caso que vaya a iniciar un negocio)		✓
Constancia salarial, colilla del INSS o comprobante de pago.		✓

Fuente: [www.bdf.net.com](http://www.bdf.net.com)

- **BANCO DEL FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN**

Es un banco creado por iniciativa del Gobierno BANCO DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN (BANCO PRODUZCAMOS O PRODUZCAMOS), bajo la Ley No. 640, “Ley Creadora del Banco de Fomento a la Producción (PRODUZCAMOS y su reforma la “Ley de Reformas a la Ley Creadora del Banco de Fomento a la Producción (PRODUZCAMOS)”, Ley No. 684, ambas publicadas en la Gaceta Diario Oficial No. 223 del 20 de noviembre del 2007 y No. 92 del 2 de mayo del 2009 respectivamente.

Su finalidad es contribuir al progreso del país fomentando la producción, la asistencia técnica y la transferencia de tecnología, brindando facilidades financieras y servicios conexos o complementarios, sirviendo de agente financiero a los organismos con programas de bienestar rural, apoyando a individuales, grupos y colectivos productivos, teniendo políticas particulares para las mujeres y los jóvenes; y efectuando operaciones financieras propias de los bancos, con excepción de la captación de ahorros del público.

Las operaciones del BANCO PRODUZCAMOS consisten en brindar el crédito intermediado, crédito directo, garantías financieras de pago a préstamos de otros intermediarios financieros y otorgar asistencia técnica a organizaciones de productores y empresarios (cooperativas, asociaciones y grupos organizados), involucrados en la gestión de crédito para sus afiliados.

Es misión del BANCO PRODUZCAMOS promover la competitividad de Nicaragua, apoyando el desarrollo de los sectores productivos con el fomento a la inversión, emprendimiento, innovación tecnológica y fortalecimiento del capital humano, para contribuir al crecimiento económico del país, de manera sostenible, incluyente y territorialmente equilibrada.

En el cuadro No. 8 se presentan las condiciones crediticias, tipos de monedas, plazos y tasa de interés que se solicitan para aplicar al préstamo financiero de Granos Básicos. (Banco de Fomento de la Producción (BFP), 2016).

Cuadro 8. Condiciones del crédito granos básicos

		Condiciones Crediticias			
N/O	Programas de Créditos	Tasas de Interés			
		Córdobas		Dolares	
		Plazo		Plazo	
		Corto Plazo Hasta 18 meses	Largo Plazo mayores a 18 meses	Corto Plazo Hasta 18 meses	Largo Plazo mayores a 18 meses
1	Frijol	12.00%	13.00%	11.50%	11.50%
2	Arroz	12.00%	13.00%	11.50%	11.50%
3	Maíz	12.00%	13.00%	11.50%	11.50%
4	Sorgo	12.00%	13.00%	11.50%	11.50%

Fuente: <http://www.bfp.com.ni>



- **COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CAJA RURAL NACIONAL, R.L. CARUNA**

CARUNA R. L. es una Cooperativa de Ahorro y Crédito fundada el 13 de octubre del año 1993 por 13 compañeros vinculados al sector agropecuario y una mujer incorporada como socia fundadora. Constituida y actualizada conforme la Ley 499, ley general de cooperativas en Nicaragua y su Reglamento .

El principal producto de la cooperativa es el crédito y el ahorro. Está diseñado para atender el crédito rural, el micro crédito con mujeres, préstamos personales, de consumo, de mejoramiento y reparación de viviendas, para la pesca, para el café, entre otros.

CARUNA R.L tiene como misión contribuir al desarrollo socio económico de sus asociadas y asociados brindándoles productos y servicios financieros, realizando sus actividades con una visión empresarial y según patrones de equidad y auto sostenibilidad.

Dentro de su cartera de servicios y productos financieros ofrece el **Crédito Comercio**, el cual está dirigido a financiar a pequeños y Medianos Comerciantes, con el propósito de contribuir a mejorar sus niveles de Ingresos.

Este producto financiero está orientado como capital de trabajo para utilizarse en compra de materia prima / insumo, compra de inventarios (productos terminados) capital de inversión, compra de equipo y adquisición de activo fijo.

Las características del Crédito:

- Orientado a personas naturales
- Desembolsos en córdobas
- Plazos de acuerdo a sus necesidades
- Plan de pagos de acuerdo a ingresos
- Tasas de interés competitivas.
- Trámites y desembolsos ágiles

Los requisitos para poder aplicar al **Crédito Comercio**: ser afiliado de la Cooperativa, cédula de identidad, plan de inversión, soportes de ingresos, garantías de acuerdo a monto solicitado.

Existen cerca de 29 cooperativas de ahorro y crédito que prestan estos servicios a sus asociados en todo el País, que generalmente son pequeños productores y comerciantes. (Cooperativa De Ahorro y Crédito Caja Rural Nacional, R.L. (CARUNA), 2016)

- **FINANCIERA FAMA**

Financiera Fama inicio su formación como una fundación para el Apoyo a la Microempresa (FAMA), con el apoyo de Acción Internacional, constituyéndose en 1991 como asociación civil sin fines de lucro.

Legalmente se constituyó Financiera FAMA como Sociedad Anónima el 24 de febrero de 2006 y fue autorizada por la SIBOIF para iniciar operaciones en el territorio nacional el 31 de octubre del mismo año.

Esta institución tiene como misión contribuir al progreso de miles de familias nicaragüenses mediante la prestación de servicios financieros y no financieros especializados, para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en los sectores comerciales, productivos y de consumo.

El **Crédito microempresa** es uno de los productos financieros que ofrece dentro de su variedad para el público, el cual es dirigido para personas naturales o jurídicas que cuenten con negocio propio, para cubrir necesidades de capital de trabajo, mejora del negocio de actividades empresariales del sector comercio, producción o servicio.

Los requisitos que se solicitan para que puedan aplicar, ser mayor de edad, ser dueño del negocio, un año de operación del negocio establecido y cédula de identidad del solicitante con su conyugue. (Financiera FAMA, (FAMA), 2016)

Cuadro 9. Condiciones financieras del crédito micro empresa

Producto	Destino	Tasas	Comisión
Micro Empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital de trabajo</li> <li>• Vehículo dos ruedas (motos)</li> <li>• Vehículos</li> <li>• Mejoras del negocio</li> <li>• Maquinaria u otros activos</li> <li>• Consolidación de deuda interna</li> <li>• Asunción de Adeudo Interno</li> <li>• Ocasión/ Estaciona</li> </ul>	55%	1%

Fuente: <http://www.financierafama.com.ni>

#### 4.3.1 ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTOS POR CANTIDAD DE PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS

En el siguiente cuadro y grafico se presenta las cantidades nominales y porcentuales de los programas productivos y recursos financieros, los cuales hacen uso los negocios de integración propia o familiar, que participan en las actividades comerciales de la economía familiar.

Las instancias a las cuales recurren para recibir el financiamiento, son las siguientes:

- Asociación de Consumidores de Masaya (ACODEMA)
- Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres (ADIM).
- Asociación para el Desarrollo del Norte de Chinandega (ADENOCH)
- Banco de Finanzas (BDF)

- Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)
- Sociedad Anónima, CAFINSA.
- Financiera (FAMA)
- Programa de Microcrédito “Usura Cero”
- Capital Propio

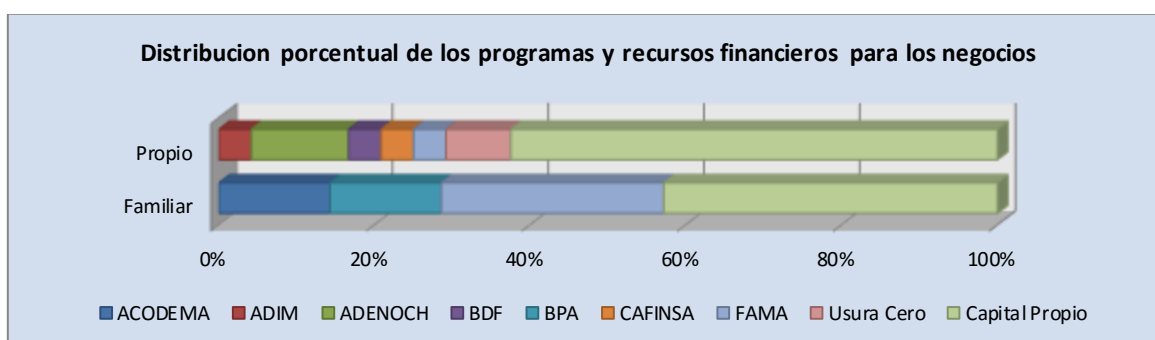
Tabla 12. Programas y Recursos Financieros n=31

Programas y Recursos Financieros n=31										
Negocio	ACODEMA	ADIM	ADENOCH	BDF	BPA	CAFINSA	FAMA	Usura Cero	Capital Propio	Total
Familiar	1	0	0	0	1	0	2	0	3	7
Propio	0	1	3	1	0	1	1	2	15	24
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

En el siguiente grafico No. 15, se presenta la distribución porcentual de los recursos y programas financieros que aplican los tipos de negocios constituidos por negocios propios y familiares, presentando mayor incidencia en los negocios de naturaleza propio, el capital propio con un 77.42%, y en los negocios familiares con un recurso propio del 22.58%, datos tomados de la selección de 31 encuestados.

Grafico 15. Distribución porcentual de los programas y recursos financiero



Fuente: Elaboración Propia

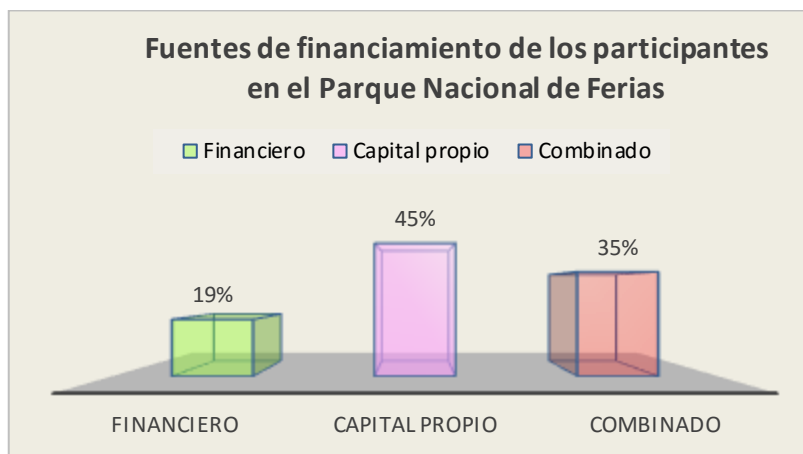
En el grafico No. 15 se presenta el mayor grado porcentual del financiamiento que tienen acceso los dos tipos de negocios propios y familiares, también hace mención que en dicho grafico algunos combinan las fuentes de recursos obtenidas el recurso financiero y el capital propio, con la finalidad de completar sus expectativas de producción para impulsar su actividad económica,

ya que están sujetos a otros factores externos que influyen como limitantes para su producción.

Dichos factores de los que están expuestos, el transporte de su mercadería al punto de presentación, equipos o accesorios de mantenimiento o resguardo del producto o mercadería, expuestos a factores naturales, temperaturas, viento, polvo, lluvia y el sol.

Tomando una muestra de selección n=31, obtenemos que el 19% de los abordados aseguran que el recurso financiero es obtenido 100% de las instituciones o sector privado, un 45% opera con el capital propio, reflejando que sus ingresos e inversión están dentro del ciclo económico de su propiedad, reinvertiendo sus utilidades para generar su producción y un 35% es combinado, porque para que su actividad genere ingresos utiliza el financiamiento privado y parte de su capital propio, es decir lo que financieramente es una mezcla de capital. (Ver gráfico No.)

Gráfico 16. Estructura de fuentes de financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.3.2 ANÁLISIS DEL FINANCIAMIENTO DE GRUPOS E INVERSIÓN ECONÓMICA

La tabla No.13 muestra los dos estratos integrados con su actividad económica, sobresaliendo el estrato de Pequeños Negocios con la mayor cantidad nominal recopilada por cada uno de los módulos, monto que es aplicado a la inversión económica que exponen.

Tabla 13. Financiamiento por Grupos y Actividad Económica

Grupos	Inversión
<b>Pequeños Negocios</b>	<b>Cantidad Económica C\$</b>
Alimentos	30,000.00
Bebidas	10,000.00
Cuero	22,000.00
<b>Gastronomía</b>	<b>86,500.00</b>
Granos básicos	70,000.00
Lácteos	40,000.00
Madera y Muebles	50,000.00
Medicina	11,000.00
Orgánicos	45,000.00
Textiles	14,000.00
<b>Total</b>	<b>378,500.00</b>
<b>Protagonistas</b>	<b>Cantidad Económica C\$</b>
Alimentos	4,000.00
Artesanía	19,000.00
Confitería	14,480.00
Gastronomía	13,500.00
Lácteos	3,500.00
Ornamental	8,000.00
<b>Total</b>	<b>62,480.00</b>
<b>Total general</b>	<b>440,980.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

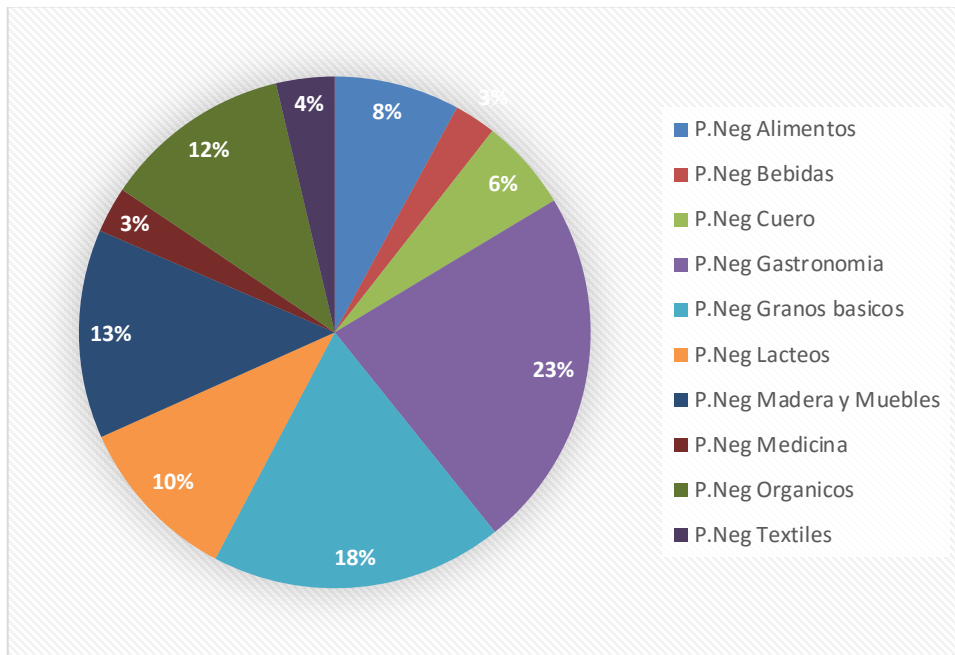
En la siguiente Tabla No. 14 y Grafico No. 17, se muestra el estrato de Pequeños Negocios integrados por cada una de las actividades económicas, sobresaliendo la gastronomía con la mayor cantidad nominal que se destina para la inversión económica de todos los módulos con un 23%, siendo esta la mayor observada.

TABLA 14. Financiamiento a pequeños negocios por actividad económica

Pequeños Negocios	Cantidad Económica C\$
Alimentos	30,000.00
Bebidas	10,000.00
Cuero	22,000.00
<b>Gastronomía</b>	<b>86,500.00</b>
Granos básicos	70,000.00
Lácteos	40,000.00
Madera y Muebles	50,000.00
Medicina	11,000.00
Orgánicos	45,000.00
Textiles	14,000.00
<b>Total general</b>	<b>378,500.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 17. Distribución porcentual de financiamiento a pequeños negocios por actividad económica



Fuente: Elaboración Propia

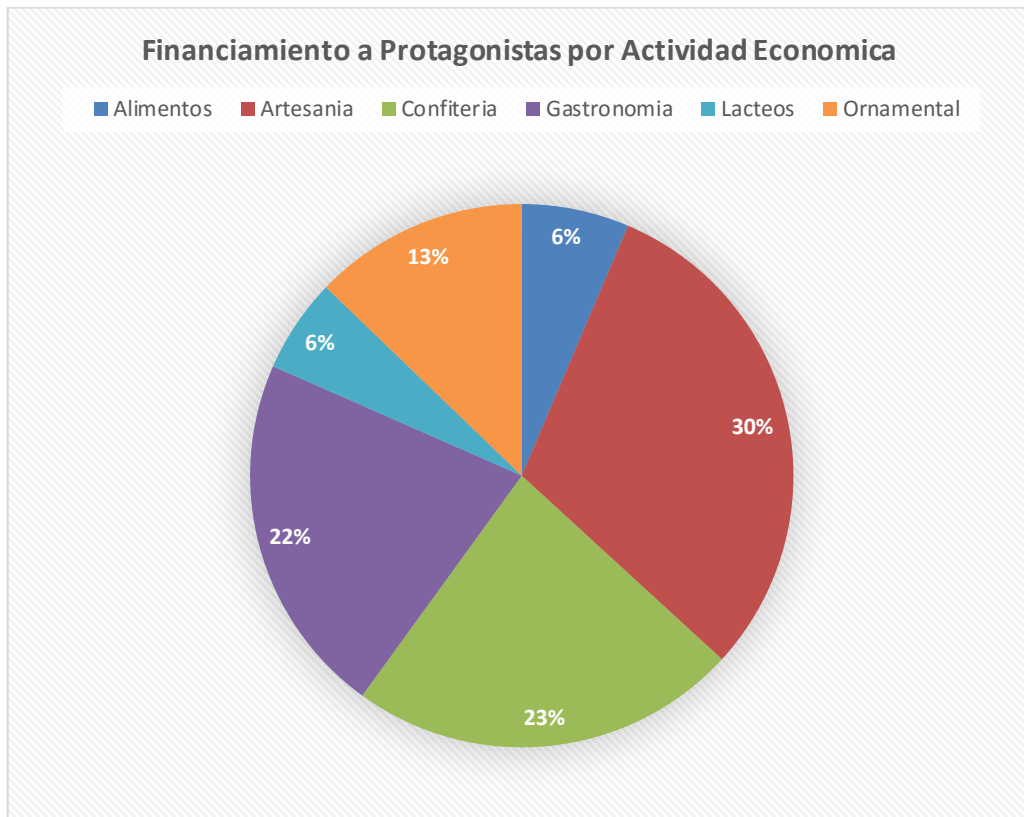
En la siguiente Tabla No. 15 y Grafico No. 18, se presenta el estrato de Protagonistas integrados por cada una de las actividades económicas, sobresaliendo la Artesanía con la mayor cantidad nominal que se destina para la inversión económica de todos los módulos con un 30%, siendo esta la mayor observada.

Tabla 15. Financiamiento a protagonistas por actividad económica

Protagonistas	Cantidad Económica C\$
Alimentos	4,000.00
Artesanía	19,000.00
Confitería	14,480.00
Gastronomía	13,500.00
Lácteos	3,500.00
Ornamental	8,000.00
<b>Total general</b>	<b>62,480.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 18. Distribución porcentual de financiamiento a protagonistas por actividad económica



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.3.3 SATISFACCIÓN DEL ACCESO AL FINANCIAMIENTO PARA CUMPLIR LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS.

Partiendo de los argumentos expuestos por los participantes de una selección de 31 participantes dentro del Parque Nacional de Ferias, para conocer las ideas expresadas en los tres escenarios: satisfactorio, inconforme y abstención.

Dentro del Grafico No. 19, de las respuestas que cumplen el nivel de satisfacción, se encuentra, que si aplicaran al financiamiento les permitirá realizar mejoras e incrementar sus productos para la venta, generar ganancias mayores, reinvertir y mejorar la actividad comercial. Esto se presenta con un 42% siendo el de mayor grado de porcentaje obtenido.



Tomando el aspecto de inconformidad o limitantes, exponen que deberían aprobar mayor cantidad de dinero que lo otorgado ya que esto les limita su plan de negocios en donde cuentan con un presupuesto previo, los altos intereses que les otorgan hacen que el producto o la entidad del recurso financiero no sea atractiva, otro punto es porque les solicitan los registros contables y mercantiles de las ventas que realizan de su actividad y por ultimo las garantías que solicitan o registran con un valor menor que el real de la compra. El dato porcentual obtenido del aspecto Inconforme con un 32%.

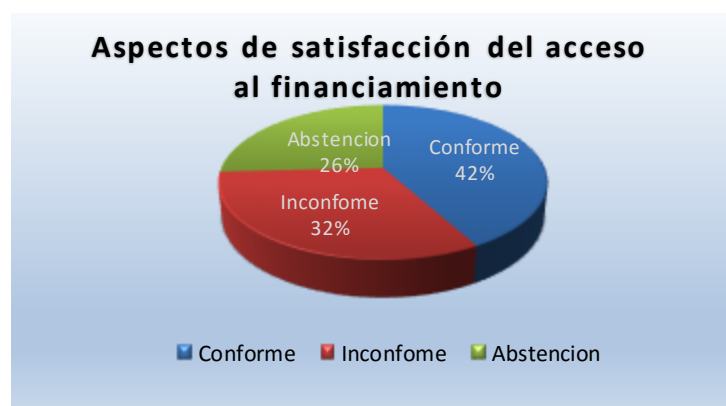
El último aspecto que se registró dentro de la selección que tomamos, reflejan un 26% de abstención o desmotivación acerca de conocer el grado de satisfacción si llegaran a obtener un financiamiento para impulsar su producción dentro de la economía familiar.

Tabla 16. Grado de satisfacción del acceso al financiamiento

Grado de satisfacción n=31	Cantidad
Conforme	13
Inconforme	10
Abstención	8
<b>Total</b>	<b>31</b>

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 19. Grado de satisfacción del acceso al financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

#### **4.4 VALORACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA APLICAR AL FINANCIAMIENTO**

Dentro de las encuestas registradas se plantean limitantes para el acceso a financiamiento entre ellos:

- Que el buró de crédito privado y si ningún retraso o mancha crediticia,
- Solicitan mucha cantidad de documentación legal de las garantías o fiador,
- El monto otorgado no es lo solicitado,
- Se demoran demasiado en la respuesta de la aprobación crediticia,
- Intervienen algunos con intereses políticos,
- Los que son jubilados no aplican al crédito ni como fiador o garante,
- A veces el giro del negocio no les es muy atractivo para dar el crédito
- Y por último los intereses son altos los montos y plazos de tiempo son menores.

Todos estos elementos les dificultan cumplir con los requisitos solicitados para tener acceso al financiamiento, y si se trae a colación las opciones caracterizadas en este capítulo, los requisitos son similares, la mayoría de acreedores financieros cubren su riesgo pidiendo documentación legal y garantías y procuran la recuperación en los cortos plazo.

Para que estos negocios puedan crecer de manera sostenida se requieren políticas especiales de fomento, que incluye subsidios, y flexibilidad en las condiciones, así como un costo razonable. Esto es lo que en principio buscan los programas de gobierno, tal como se describió, Usura cero, CRISSOL, y Bono productivo, tienen componentes financieros de crédito revolventes, donde fomenta la cultura de ahorro para capitalizarse y reinvertir, donde las fianzas son solidarias, los plazos son adecuados a la actividad y hay un acompañamiento para controlar el riesgo

Algunos indicadores que se midieron para ejemplificar un poco la condición de los protagonistas y pequeños negocios se explican a continuación:

### **a) Inventarios**

Dentro de las variables de la selección obtenidas a los 31 participantes se les pregunto si llevan control de su inventario, esto con el objetivo de conocer sus controles sobre lo que ellos mismos exponen y comercializan. Argumentando, que, si lo utilizan para controlar la materia prima e insumos que utilizan para la elaboración de sus productos, así mismo conocer la rotación del mismo esto les permite ver las necesidades de cuanto de capital pueden invertir en dependencia del movimiento de los días de calendarización de los eventos de ferias.

En algunos rubros como los raspados, los cocteles del mar y algunas comidas gastronómicas, solamente se controla lo disponible para la venta diaria, ya que la naturaleza de los insumos es de alta rotación y no permiten exponerse a tiempo adicional. En algunos casos controlar la fecha de vencimiento de los productos de medicina natural.

En los productos de naturales del campo les permite registrar las perdidas por aquellos que se descomponen o se fermentan.

También aplican el registro del inventario para controlar las herramientas y equipos que se utilizan para realizar la venta de los productos y o de los servicios brindados.

### **b) Registro Contable**

Tomamos en cuenta la variable del registro contable en la selección escogida, argumentado, que, si aplican el registro contable porque les permite ver las utilidades y ganancias por cada evento, otro para conocer el flujo de efectivo que utilizan por las ventas realizadas, conocen cuantas cantidades compran para la elaboración del producto o servicio. Solamente un 16% de los seleccionados afirmaron que no llevan registro contable porque aplican la venta diaria, seguramente ese 16% no cumple con los requerimientos de un financiador convencional.

### **c) Capacitación Financiera**

Se indago sobre la capacitación recibida, para describir los conocimientos adicionales con los que cuentan los encuestados para reforzar su actividad

económica, describiendo lo siguiente para las dos categorías de Protagonistas y Pequeños negocios, en su mayoría han recibido capacitación financiera por:

- Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) a través de Pequeños Negocios.
- Alcaldías Departamentales.
- Cámara de Industrias de Nicaragua, CADIN.
- Financiera FAMA
- Clínica del Japón
- Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, ADIM.
- Sociedad Anónima, CAFINSA.

Un 16% de los encuestados confirmaron que, por preparación personal de sus conocimientos adquiridos a través de sus estudios, y un 16% afirmaron que no han recibido ninguna capacitación financiera.

## **CAPÍTULO V: RESULTADOS QUE HAN TENIDO LOS PROTAGONISTAS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS PRODUCTO DEL USO DE FINANCIAMIENTO.**

Analizando el comportamiento según lo que ha arrojado el estudio y datos proporcionados de los administradores de la feria, se estima que con un financiamiento otorgado en el primer trimestre del 2016, a C\$ 9,000,000.00, (Nueve Millones de Córdoba), en 12 días de feria, los protagonistas venden alrededor de C\$16,000,000.00, (Dieciséis Millones de Córdoba), y que un 20% de los expositores hacen contactos comerciales con potenciales distribuidores. Es decir que obtienen alrededor de margen de utilidad bruta comprendido al 40% de su inversión, esto indica que el buen uso del recurso económico, logra el desarrollo de los pequeños productores.

El financiamiento que el gobierno ha dado a través del MEFCCA y sus programas han beneficiado a los pequeños y medianos productores, en que cada producto o bien que producen se consolide a través de la facilidad del capital. Este mismo es promovido para que la pequeña producción bajo la tutela del estado promueva las MIPYMES y haya una mejor equidad en la economía, así también que los pequeños productores puedan generar un mayor volumen de producción y ser auto sostenible.

Con el monto del financiamiento recibido, según el programa al que haya aplicado, ya sea para un pequeño o mediano productor, es destinado según lo que refleja el estudio; un 50% a la inyección de capital del negocio, un 20% a compra de materia prima, un 10% mejoras en el proceso de industrialización, entre otras particularidades según el ramo de producción.

### **5.1 MEJORAS A TRAVÉS DE LA REINVERSIÓN DEL CAPITAL EN LOS NEGOCIOS O ACTIVIDAD**

Dentro de las encuestas realizadas se aplicó una variable estadística comparativa descriptiva, siendo el objetivo principal dar a conocer las mejoras de su negocio, es decir: cambio en la infraestructura, en la industrialización bajo compra de maquinaria industrial, para un mejor proceso de producción del bien o el producto, inversión directa en la materia prima, mejor presentación e imagen

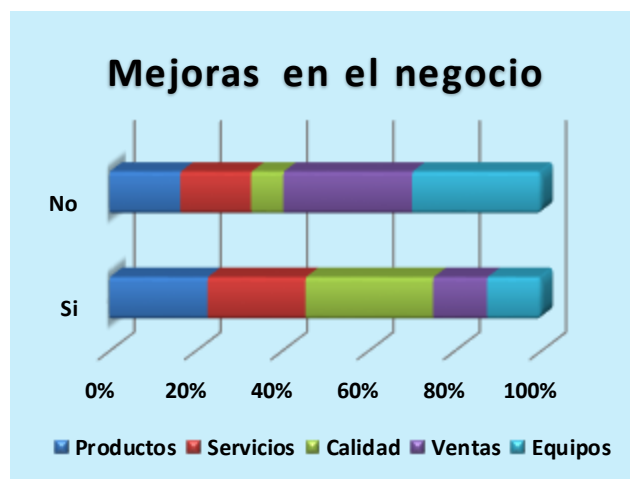
de los diferentes productos que elaboran, según la actividad económica que exponen, señalando los puntos de mejoras tales como: imagen más personalizada bajo la utilización de etiquetas, bolsas de plástico transparente cumpliendo con normas de calidad e higiene, presentación de marca, a través del uso industrial en el acabado de los productos, mejorar la características de exposición para el público e incremento cuantitativos y cualitativos en sus equipos, para cumplir con la demanda solicitada por el mercado, Exponiendo en el Grafico No. 20 que un 30% solicita mejoras en la calidad de sus productos, seguido de los productos y servicios con un 23% cada uno.

Tabla No. 17, Mejoras en los Negocios a través de la Reinversión

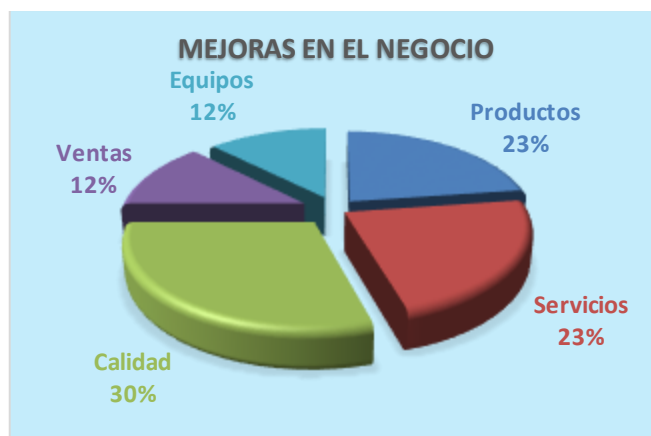
Mejoras / Reinversión	Si	No	Total
Productos	20	11	31
Servicios	20	11	31
Calidad	26	5	31
Ventas	11	20	31
Equipos	11	20	31

Fuente: Elaboración Propia

Grafico No. 20, Mejoras en los Negocios a través de la Reinversión



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

También se encontró otros tipos de factores tales como hacinamiento, mejorar las condiciones de cada módulo asignado, brindar una cubierta o cortinas corredizas tanto en época de verano debido a la exposición de los productos específicamente los lácteos se dañan por el calor, o ya sea época de lluvia, que se humedecen o pierden los cereales o ropa que tienen en exhibición, solicitando así una mayor protección en el área asignada, ya que reciben cierta cantidad de sol, porque no cuentan con una protección adecuada y no penetren los rayos del sol directamente en los diversos productos que exponen.

#### Otros tipos de factores:

- a) **Servicios higiénicos:** en una mayor distribución y fácil acceso, no tan retirados de las terrazas, ya que la movilización no permite a veces ventas efectivas, por pérdida de tiempo.
- b) **Higiene:** que el PNF, cuente con una limpieza más profunda en todas las áreas: tanto verdes, como donde transita el público, por las diferentes terrazas, así como en el área donde se encuentran la granja solidaria.
- c) **Transporte:** que sea restablecido el subsidio con el que contaban los protagonistas con el traslado hacia el PNF, ya que ese era un plus que les ayudaba a reducir los costos, y les fue quitado dicho beneficio.

## 5.2 ANÁLISIS DEL PROMEDIO DE MARGEN BRUTO DE GANACIA DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.

En la tabla No. 18, se presenta el resumen de todas las actividades económicas que exponen los protagonistas y pequeños negocios en el Parque Nacional de Ferias, la información obtenida se recopiló a través de las 31 encuestas, calculando el valor promedio del margen bruto de ganancia obtenido de las ventas totales menos la inversión realizada mensualmente, por cada una de las actividades.

Se describe el margen bruto de ganancia por cada actividad económica que presentan protagonistas y pequeños negocios dentro del Parque Nacional de Ferias en el siguiente orden: el rubro de Alimentos con un monto C\$13,333.33, Artesanías C\$10,500.00, Bebidas C\$4,000.00, Confitería y Dulces C\$14,000.00, Cuero C\$10,560.00, Gastronomía C\$7,500.00, Granos Básicos C\$8,000.00, Lácteos y Derivados C\$16,000.00, Madera y Muebles C\$13,000.00, Medicina Natural C\$91,000.00, Abonos Orgánicos C\$3,000.00, Ornamental C\$27,500.00 y Textiles C\$5,200.00, Sobresaliendo la actividad de Medicina Natural.

Tabla No. 18, Promedio del Margen Bruto por Actividad Económica

Actividad Económica	Inversión	Ventas	Margen Bruto de Ganancia	Frecuencia x Actividad	MB%
<b>Alimentos</b>	C\$ 16.000,00	C\$ 29.333,33	C\$ 13.333,33	3	45%
<b>Artesanía</b>	C\$ 7.166,67	C\$ 17.666,67	C\$ 10.500,00	3	59%
<b>Bebidas</b>	C\$ 8.000,00	C\$ 12.000,00	C\$ 4.000,00	1	33%
<b>Confitería</b>	C\$ 12.000,00	C\$ 26.000,00	C\$ 14.000,00	2	54%
<b>Cuero</b>	C\$ 10.240,00	C\$ 20.800,00	C\$ 10.560,00	2	51%
<b>Gastronomía</b>	C\$ 10.166,67	C\$ 17.666,67	C\$ 7.500,00	9	42%
<b>Granos básicos</b>	C\$ 12.000,00	C\$ 20.000,00	C\$ 8.000,00	1	40%
<b>Lácteos y Derivados</b>	C\$ 16.500,00	C\$ 32.500,00	C\$ 16.000,00	2	49%
<b>Madera y Muebles</b>	C\$ 24.500,00	C\$ 37.500,00	C\$ 13.000,00	2	35%
<b>Medicina Natural</b>	C\$ 44.000,00	C\$ 135.000,00	C\$ 91.000,00	2	67%
<b>Orgánicos Abonos</b>	C\$ 2.000,00	C\$ 5.000,00	C\$ 3.000,00	1	60%
<b>Ornamental</b>	C\$ 20.000,00	C\$ 47.500,00	C\$ 27.500,00	2	58%
<b>Textiles</b>	C\$ 3.500,00	C\$ 8.700,00	C\$ 5.200,00	1	60%

Promedio Mínimo  
 Promedio Máximo  
 Fuente: Elaboración Propia

<u>C\$ 2.000,00</u>	<u>C\$ 5.000,00</u>	<u>C\$ 3.000,00</u>
<u>C\$ 44.000,00</u>	<u>C\$ 135.000,00</u>	<u>C\$ 91.000,00</u>



También se aprecia el valor promedio mínimo por actividad económica, observando en los abonos orgánicos la de menor cantidad promedio con un margen bruto de C\$3,000.00, debido a un único expositor sobre el rubro dentro del local. Y el valor promedio máximo del margen bruto se encuentra la actividad de medicina natural con el monto promedio de C\$91,000.00, y que representa un 67% de las ventas. El valor obtenido es a través de la muestra por dos participantes de su actividad.

Se muestra en el estudio, el promedio de inversión que resulta de la frecuencia de rubros obtenido en las encuestas realizadas, encontrando la actividad de gastronomía la de mayor registro con 9 módulos y un monto promedio de inversión de C\$ 10,166.67, luego alimentos con 3 módulos por un monto del C\$ 16,000.00, artesanías con 3 módulos con un monto de C\$ 7,166.67. Siendo estas actividades las de mayor frecuencia dentro de la investigación realizada.

Se puede observar que estas actividades en su mayoría producen un margen bruto de 50%- 67%, es decir que, al cubrir la inversión financiada, les queda aún un margen alto para cubrir gastos.

Con el punto de la inversión existen factores ajenos que inciden en los datos presentados de manera intangible, que no permiten que sean comparativos, entre ellos mencionamos el tiempo de operación que poseen por cada actividad en el local, algunos negocios son más antiguos que otros, lo que crea un vínculo con sus propias ventas generadas, este factor le permite realizar datos contables y comparativos sobre lo que puede invertir sobre su actividad en el calendario esperado.

El punto de ubicación dentro de las diferentes terrazas en donde se encuentran los protagonistas, no cuenta con un acceso establecido, entorno, presentación, publicidad y condiciones. Entre ellos tenemos la gastronomía que tienen poca rotación en su promoción.

### **5.3 APORTACIONES O SUGERENCIAS QUE SE NECESITA PARA EL PROGRESO ECONÓMICO DEL NEGOCIO**

Finalmente, la muestra seleccionada aportó ideas y sugerencias que necesitan para mejorar el progreso de su actividad económica, siendo las siguientes:

- ✓ Acompañamiento o asesoramiento para aplicar al crédito o financiamiento,
- ✓ Que se apliquen menos política y más beneficio para la comunidad,
- ✓ Flexibilidad de con los requisitos de grupos solidarios
- ✓ De parte del MEFCCA que nos brinden capacitaciones técnicas y financieras para la administración de los negocios, que proporción el medio de transporte, mejorar las áreas de ubicación de los productos que expone, mantenimiento y riego de las vías de internas, colocar medios se seguridad contra incendio, mejorar la higiene y que brinden publicidad para que los visitantes observen y conozcan los productos que ofertamos.

## CONCLUSIONES

El Parque Nacional de Ferias nace dentro de una estrategia de Gobierno debidamente fundamentada en el rol y las funciones del MEFCCA, por medio de la Administración Nacional de Ferias de la Economía Familiar, quien se evidencio y ha logrado estructurar un espacio de comercialización para actores estratégicos de la economía familiar realizando programas de desarrollo, en crecimiento y sostenibles, en un espacio de feria estructurado para que puedan desarrollar sus actividades de aumento económico productivo en un tiempo esperado.

Se identificó que las principales características de los protagonistas y pequeños negocios son demográficas, información del negocio y económicas, en la cuales se describen los diferentes rubros de las actividades económicas que participan de los programas del Gobierno, expuestas en los espacios brindados por la Administración de Ferias.

Se estudió y analizó los diferentes programas que el gobierno de reconciliación y unidad nacional, brinda para que los protagonistas y pequeños negocios puedan acceder y ser parte de estos mismo, sin muchos requisitos, con ayuda del gobierno, pero demostrando capacidad, emprendedurismo, responsabilidad y compromiso de incrementar el beneficio ya recibido a través de la auto sostenibilidad y producción continua y mejorada.

Demostrando así, que se puede dar solución a la problemática e incentivar a los pequeños productores, artesanos, etc., a través de buenas políticas creadas por el gobierno buscando la equidad y armonía en un mejor ingreso de renta, para el sustento de muchas familias que se encuentran involucradas y beneficiadas por dichos programas.

Se valoró las opciones del financiamiento y requisitos de parte de las instituciones, cooperativas y asociaciones financieras, como poco accesibles para los protagonistas y pequeños negocios, por los altos parámetros financieros que ofertan, también la complejidad de la información mercantil y documentación contable que solicitan. La principal fuente de financiamiento con la que se cuenta es a través de recursos propios.

Los resultados que obtienen los protagonistas y pequeños negocios por medio del uso del financiamiento, es la reinversión del capital generado por las ventas de la actividad económica, también aplican mejoras en la calidad de sus productos y servicios. Requieren mayor acompañamiento y asesoramiento técnico y financiero para poder incrementar su actividad económica productiva.

## RECOMENDACIONES

Al finalizar el estudio, se sugiere que debe existir una mejora continua; por lo que, instituciones financieras, agencias gubernamentales, el sector académico, así como consultores independientes desarrollen otras variables de estudio a partir de los resultados planteados, para conocer qué tanto ha evolucionado el financiamiento para los protagonistas y pequeños negocios.

Se menciona que el financiamiento contenga acompañamiento por parte del personal técnico de las instituciones en los protagonistas y pequeños negocios involucrados en las actividades económicas. Que contengan intenciones o preferencias alusivas a la política de la por un bien común, y que a aquellos que se les otorga préstamos, puedan verificar el gobierno con un control aún más exhaustivo para controlar tanto el flujo de financiamiento como la inversión por cada pequeño y mediano productor.

Se recomienda a las entidades del MEFCCA, asesorar a los actores sobre el financiamiento, para que puedan optar y elegir el tipo de producto acorde a su actividad productiva, así mismo el apoyo técnico y administrativo del negocio. La mayoría aplica con recursos propios.

Entre otros hallazgos, también nos permitimos sugerir que los representantes departamentales coordinen la reactivación del factor transporte, recurso que se utilizaba para efectuar la movilización desde su lugar de origen hasta el local de Ferias, del cual se beneficiaban los protagonistas y pequeños negocios; un gasto no esperado.

Además, se sugiere brindar mayor apoyo en el mantenimiento técnico sobre las estructuras del local, en términos de condiciones del espacio, higiene y seguridad.

Así como también, implementar la rotación con los negocios que cuentan con mayor tiempo de operación en el local y brindar oportunidades a nuevos, poniendo en prácticas las funciones del fomento, sostenibilidad y promoción de las actividades, sin índoles políticos.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL NORTE DE CHINANDEGA (ADENOCH). (2014). Inter American Foundation (ADENOCH). Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.iaf.gov/our-work/where-we-work/country-portfolios/nicaragua/2014-adenoch>
- Banco Central de Nicaragua. (2004). notas bcn - Banco Central de Nicaragua. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/documentos/notas/I-Produccion.pdf>
- CAFINSA. (2016). Cooperación y Asistencia Financiera Sociedad Anónima. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.cafinsa.com.ni/>
- ABC, D. (2007). Definición de Financiamiento. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>
- Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, (ADIM). (2016). www.adim.org.ni. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.adim.org.ni/servicios-financieros.html>
- Banco de Finanzas, (BDF). (2016). Banco de Finanzas. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.bdfnet.com/personas/prestamos/default.aspx>
- Banco de Fomento de la Producción (BFP). (2016). Banco de Fomento de la Producción. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.bfp.com.ni/servicios/programas-de-credito/credito-directo/>
- BCN. (Septiembre de 2012). Cuadernillo Económico. - Bibliotecas del Banco Central de Nicaragua. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de [http://biblioteca.bcn.gob.ni/Documentos/Cuadernillo\\_Economico\\_Que\\_es\\_PIB.pdf](http://biblioteca.bcn.gob.ni/Documentos/Cuadernillo_Economico_Que_es_PIB.pdf)
- Clasificaciones, E. d. (2016). Tipos de Financiamientos. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>
- Cooperativa De Ahorro y Crédito Caja Rural Nacional, R.L. (CARUNA). (2016). CARUNA, R.L. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de <http://www.caruna.com.ni/financieros.html>
- Financiera FAMA, (FAMA). (2016). Financiera FAMA. Recuperado el 2 de Marzo de 2017, de [http://www.financierafama.com.ni/index.php?option=com\\_zoo&view=item&layout=item&Itemid=115](http://www.financierafama.com.ni/index.php?option=com_zoo&view=item&layout=item&Itemid=115)

- Gadey, J. P. (2015). Definición de agentes económicos - Qué es, Significado y Concepto. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://definicion.de/agentes-economicos/>
- Gobierno de Nicaragua. (8 de Noviembre de 2012). Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 - 2016. Recuperado el 9 de Febrero de 2017, de [www.pndh.gob.ni](http://www.pndh.gob.ni)
- Gonzalez Blandino, Karen de Jesus. (08 de 2015). [repositorio.uca.edu.ni/3104/1/UCANI/4036.pdf](http://repositorio.uca.edu.ni/3104/1/UCANI/4036.pdf). Recuperado el 04, de 02 de 2017, de <http://repositorio.uca.edu.ni/id/eprint/3104>
- Gonzalez Crespo, D. (2013). Historia, definicion y legislacion de las ferias comerciales. Chile.
- La Gaceta Diario Oficial. (22 de Febrero de 2013). Ley No. 885. Ley de reformas y adicionales a la Ley No. 290, "Ley de Organizacion, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo", pág. 199.
- Luis, L. B. (26 de Marzo de 2014). Fuentes de financiamiento para las empresas. . Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- MIFIC. (2017). MIPYME. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de Registro Único de las MIPYME - mific: <http://www.mific.gob.ni/INICIO/MICROS,PEQUE%C3%91ASYMEDIANA/SEMPRESAS/Registro%C3%9AnicodelasMIPYME/tabid/187/language/es-NI/Default.aspx>
- Ministerio de Hacienda y Credito Publico. (215 de Julio de 2013). Programa Economico y Financiero 2013 - 2016 - Ministerio de Hacienda y Credito Publico. Recuperado el 9 de Febrero de 2017, de <http://www.hacienda.gob.ni>
- No.16, L. G. (22 de Enero de 1948). Constitucion Politica de Nicaragua. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$AII\)/06C0DB3B7BCFC75706257307006F6C6D?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($AII)/06C0DB3B7BCFC75706257307006F6C6D?OpenDocument)
- Panta, S. (21 de Noviembre de 2016). El rol del estado en la economía - SlideShare. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <https://es.slideshare.net/stefanopanta/el-rol-del-estado-en-la-economia-69330378>
- S.A. (2007). Definición de Negocio » Concepto en Definición ABC. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.definicionabc.com/economia/negocio.php>

S.A. (2007). Tipos de financiamiento. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>

Silva, F. (20 de Octubre de 2011). Comportamiento economico - Slideshare. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <https://es.slideshare.net/Kspranger/comportamiento-economico>

Banco Central de Nicaragua. (Publicación Marzo de 2014). [www.bcn.gob.ni](http://www.bcn.gob.ni) Managua, Nicaragua.

Sierra Lara, Y "El Pensamiento Económico de John Maynard Keynes y Milton Friedman, un estudio de sus teoría a través de cuatro problemas centrales", octubre, 2007.

Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, (Publicación Abril 2016). [www.economiafamiliar.gob.ni](http://www.economiafamiliar.gob.ni)


Diario Oficial LA GACETA, Publicación Managua, Viernes 28 de agosto del 2015.

Sen, Amartya. *Capítulo 4, La Pobreza como privación de capacidades*, en Desarrollo y Libertad. Editorial Planeta S.A., Buenos Aires, 2000, pp. 114-141. [www.editorial.planeta.es/00/00.asp](http://www.editorial.planeta.es/00/00.asp)



# ANEXOS

## Anexo 1. Productos y Requisitos Financieros ADIM

 <b>ASOCIACION ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LAS MUJERES</b>			
DETALLE DE PRODUCTOS DE MICROCREDITO ADIM			
PRODUCTOS	DESCRIPCION / REQUISITOS	COSTOS DEL CREDITO	TASA DE COSTO EFECTIVA ANUAL (TCEA)
GRUPOS SOLIDARIOS	3 a 6 miembros, Propietarios de pequeños negocios, No incluir familiares en el grupo, Distancia de 500mts entre socias del grupo, Buenas referencias de pago, Cedula de identidad.	Tasa de Interés Nominal Anual 66.00% Tasa de morosidad anual 16.50% Deslizamiento monetario anual 5.00%	101.63%
PRESTAMOS INDIVIDUALES	Negocio propio, fianza solidaria, prendaria, hipotecaria, mixta, cedula de identidad, buen record crediticio en la central de riesgos, buenas referencias personales, plazo minimo 6 meses, máximo 18 meses.	Tasa de interés anual 61.00% Tasa de morosidad anual 15.25% Deslizamiento monetario anual 5.00%	92.24%
PRODUCTO PARA VIVIENDA	Fianza solidaria, prendaria, hipotecaria, mixta, buen record crediticio en la central de riesgo, copia de cedula de identidad, en caso de asalariados colilla INSS, colilla de pagos o constancia de salario, buenas referencias personales.	Tasa de interés anual 33.50% Asistencia técnica 3.00% Tasa de morosidad anual 8.38% Deslizamiento monetario anual 5.00%	56.63%
CREDITO MUJER	Sin fiador, garantía prendaria, buen record crediticio en el grupo solidario, copia de cedula de identidad, buenas referencia personales.	Tasa de interés anual 35.00% Tasa de morosidad anual 8.75% Deslizamiento monetario anual 5.00%	49.21%
PRODUCTO PEQUEÑA EMPRESA CRECER	Fianza solidaria, prendaria, hipotecaria, mixta, buen record crediticio en la central de riesgo, copia de cedula de identidad, en caso de asalariados colilla INSS, colilla de pagos o constancia de salario, buenas referencias personales.	Tasa de interés anual 48.30% Tasa de morosidad anual 12.08% Deslizamiento monetario anual 5.00%	69.85%
PRODUCTO COCINAS MEJORADAS	Garantía prendaria, mixta, buen record crediticio en la central de riesgo, copia de cedula de identidad, en caso de asalariados colilla INSS, colilla de pagos o constancia de salario, buenas referencias personales.	Tasa de interés anual 30.00% Tasa de morosidad anual 7.50% Deslizamiento monetario anual 5.00%	42.03%
CREDITO DE TEMPORADA (CON FIADOR Y GARANTIA)	Fianza solidaria, prendaria, mixta, buen record crediticio en la central de riesgo, copia de cedula de identidad, en caso de asalariados colilla INSS, colilla de pagos o constancia de salario, buenas referencias personales.	Tasa de interés anual 64.00% Tasa de morosidad anual 16.00% Deslizamiento monetario anual 5.00%	97.82%

www.adim.org.ni

Fuente: [www.adim.org.ni](http://www.adim.org.ni)

## Tabla de Costos y Gastos para Prestamos Pyme

Gestión de Crédito											
Producto	Montos	Plazos	Tasas	Comisión Bancaria	Gasto Seguro de Vida Saldo Deudor	Gasto Incendio y Otros Daños	Costo Financiamiento Seguro de Incendio y Otros Daños	Gasto x Avalúo (Gestión, Actualización)	Gasto Legal por Escrituración	Gasto de Inscripción	Gastos de Honorarios por Inscripción
Préstamo Pyme (Capital de Trabajo). Hasta el 100% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	Hasta 18 meses	Rango del 16.75 % al 21.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	US 100 más IVA en Managua	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Maquinaria y Equipo). Hasta el 80% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	Hasta 48 meses	Rango del 14.75 % al 18.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	US 100 más IVA en Managua	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Construcción y/o Compra de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	Hasta 120 meses	Rango del 11.30 % al 13.75 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	US 100 más IVA en Managua	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Remodelación de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	Hasta 72 meses	Rango del 14.75 % al 19.25 %	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	US 100 más IVA en Managua	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Consolidación de deudas o Compra de cartera Pyme) Hasta el 80% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	De acuerdo al destino original	De acuerdo al destino original	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	4.5 x Millar	18%	US 100 más IVA en Managua	1%	Conforme lo establecido en la legislación vigente	Managua US 50 Departamentos US 60
Préstamo Pyme (Compra de Vehículo de Trabajo Nuevo) Hasta el 80% del Financiamiento	US 10,100 - US 100,000	Hasta 60 meses	9.75%	Rango del 1.5% al 4.0%	0.092%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

**Notas:**

Avalúos: En departamentos se negocia el precio dependiendo de la distancia.

Seguro de incendio y otros daños aplica cuando exista una garantía hipotecaria, el dato es referencial, depende de la compañía donde el cliente decida contratar el servicio, este costo es bajo el supuesto que fuese con ASSA, empresa con la que BDF gestiona estas pólizas.

En el caso de Compra de Vehículo aplican condiciones según las de el producto vehículo vigentes.

Los costos que pueden darse durante la vida del crédito están en dólares o su equivalente en córdobas al tipo de cambio oficial al día que solicita la gestión.



## Tabla de Costos y Gastos para Prestamos Pyme

Durante la vida del Crédito						
Producto	Costo Constancia de Referencia Crediticia	Costo Impresión de Estado de Cuenta	Costo Reimpresión de Calendario de Pago	Costo Constancia de Cancelación de Préstamo	Costo Cargo por Cobranza Administrativa (CCA)	Gasto Legal por Liberación de Hipoteca
Préstamo Pyme (Capital de Trabajo). Hasta el 100% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 120
Préstamo Pyme (Maquinaria y Equipo). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 120
Préstamo Pyme (Construcción y/o Compra de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 120
Préstamo Pyme (Remodelación de bienes inmuebles). Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 120
Préstamo Pyme (Consolidación de deudas o Compra de cartera Pyme) Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 120
Préstamo Pyme (Compra de Vehículo de Trabajo Nuevo) Hasta el 80% del Financiamiento	US\$ 10	US\$ 8	US\$ 8	US\$ 10	US\$ 10	US\$ 30

**Notas:**

Avalúos: En departamentos se negocia el precio dependiendo de la distancia.

Seguro de incendio y otros daños aplica cuando exista una garantía hipotecaria, el dato es referencial, depende de la compañía donde el cliente decida contratar el servicio, este costo es bajo el supuesto que fuese con ASSA, empresa con la que BDF gestiona estas pólizas.

En el caso de Compra de Vehículo aplican condiciones según las de el producto vehículo vigentes.

Los costos que pueden darse durante la vida del crédito están en dólares o su equivalente en córdobas al tipo de cambio oficial al día que solicita la gestión.



## Anexo 2

Fecha: \_\_\_\_\_

Código: \_\_\_\_\_

Buenos días (tardes), mi nombre es: \_\_\_\_\_, estudio la carrera de Economía en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (**UNAN - Managua**). Estamos visitando el Parque Nacional de Ferias (**PNF**) de Managua, para aplicar una encuesta a los protagonistas y pequeños negocios que ofertan sus productos y servicio dentro del mismo. con el objetivo de conocer el origen y destino del financiamiento obtenido. Tus respuestas serán de gran ayuda para nuestro estudio académico. La información que nos proporcione será confidencial y con fines estadísticos del presente estudio. Muchas gracias por su tiempo.

### I. Datos Generales - Características Socio Demográficas

- |   |                  |                          |   |                          |                          |   |                         |                          |
|---|------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|---|-------------------------|--------------------------|
| 1 | Edad:            | <input type="checkbox"/> | 5 | (Dpto. Muncpo, Distrito) | <input type="checkbox"/> | 8 | Trabajo u ocupación     | _____                    |
| 2 | Sexo:            | <input type="checkbox"/> |   |                          |                          |   |                         | _____                    |
| 3 | Nivel académico: | <input type="checkbox"/> | 6 | Protagonista:            | <input type="checkbox"/> | 9 | Tiempo de operación Mes | <input type="checkbox"/> |
|   |                  |                          |   | Pequeño Negocio          | <input type="checkbox"/> |   |                         |                          |
| 4 | Urbano           | <input type="checkbox"/> | 7 | Ubicación o área en PNF: |                          |   |                         | _____                    |
|   | Rural            | <input type="checkbox"/> |   |                          |                          |   |                         | _____                    |

### II. Información de la actividad o negocio - Características Económicas

- |   |           |                          |   |                     |                          |    |                       |                          |
|---|-----------|--------------------------|---|---------------------|--------------------------|----|-----------------------|--------------------------|
| 1 | Propio:   | <input type="checkbox"/> | 4 | Constitución Legal: | <input type="checkbox"/> | 9  | Actividad del negocio | _____                    |
| 2 | Familiar: | <input type="checkbox"/> | 5 | Contribuyente:      | <input type="checkbox"/> |    |                       | _____                    |
| 3 | Otro:     | <input type="checkbox"/> | 6 | Cuota Fija:         | <input type="checkbox"/> | 10 | Comercio              | <input type="checkbox"/> |
|   | _____     | <input type="checkbox"/> | 7 | Grava IVA 15%:      | <input type="checkbox"/> |    | Servicio:             | <input type="checkbox"/> |
|   |           | <input type="checkbox"/> | 8 | Otro: _____         | <input type="checkbox"/> |    |                       |                          |

11 Elaboración del producto o servicio

Mano de obra directa:  Intermediario:  Tecnológico:

13 Maneja inventarios de sus productos o servicios del negocio?, Argumente

---

---

14 ¿Tienen registros contables de sus movimientos económicos? Argumente

---

---

### III. Información de la actividad del financiamiento

1 El tipo de recurso económico que utiliza como financiamiento para su actividad económica es:

Capital propio

Comercial

Financiero

---

---

2 ¿Ha recibido apoyo económico por programas de financiamiento? Argumente

---

3 Condiciones del financiamiento (vinculada con la III-2)

Plazos  Montos  Intereses

Garantías

4 Tiempo de financiamiento que ha recibido (vinculada con la III-2)

---

5 Cantidad económica que destina para su actividad

---

6 Cantidad económica en ventas que genera su actividad

---

7 Cantidad de la utilidad que destina para su reinversión

---

8 ¿Ha recibido alguna capacitación financiera? (Gobierno, privada o personal)

---

#### IV. Resultados

1 ¿De optar a un financiamiento, le satisfacen sus expectativas económicas? ¿Argumente por qué? Si o No

---

2 Realiza mejoras a su negocio o actividad a través de la reinversión del capital obtenido?

Productos	<input type="checkbox"/>	Servicios	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Ventas	<input type="checkbox"/>	Equipos	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

3 ¿Qué limitantes o negativas a observado para obtener el financiamiento? Argumente

---

4 Que sugerencias o recomendaciones puede aportar usted que necesita para su progreso económico

---

## **Ficha técnica del instrumento**

Con el presente documento describimos los conceptos de las variables en cada uno de los puntos descritos en siguiente instrumento de estudio que utilizamos para encuestar a nuestra población abordada con el objetivo de conocer el origen y destino del financiamiento obtenido para su actividad económica que exponen a través del Parque Nacional de Ferias.

### I. **Datos Generales - Características socio demográficas:**

- Edad: personas naturales mayores de 18 años.
- Sexo: Femenino y Masculino
- Nivel académico: Sin Estudios Educación primaria, secundaria, Técnico, Bachiller, Universitario, Profesional.
- Origen: Urbano y Rural
- Procedencia: 15 Departamentos de Nicaragua y 2 Regiones Autónomas, con el distrito o municipio de procedencia
- Clasificación MEFCCA: Protagonista y Pequeños Negocio.
- Ubicación o área en PNF: área seleccionada, terraza o local dentro del Parque Nacional de Ferias donde serán abordado (Terraza No.01, Terraza No.02, Terraza No.03, Terraza No.04, Terraza No.05, Granja Integral, Patio Saludable, Madera y Muebles, Agroindustria, Los Ranchos y Casas Temáticas).
- Trabajo u ocupación: Conocer a la actividad laboral y formación a lo que se dedica.

### II. **Características económicas – Información de la actividad**

- Propiedad del Negocio: Propio de la persona, familiar u otro (grupo o cooperativa)
- Característica fiscal: Constitución legal, Contribuyente, Cuota Fija, Grava IVA 15% y otro, es decir si genera comercio y esta informalmente establecido.

- Actividad del negocio: Conocer el tipo de servicio o actividad económica que ellos exponen y ofertan al público.
- Elaboración del producto y servicio: Si el producto o servicio es de elaboración propia, intermediario por otros recursos o equipos, y tecnológico.
- Manejo inventarios de sus productos y servicios expuestos en el negocio: Esta variable es con el objetivo de conocer si los seleccionados llevan control de los recursos, insumos, equipos y los servicios que brinda y venden al público, esto permite analizar si han recibido alguna capacitación o acompañamiento sobre su actividad.
- Registros contables de sus movimientos económicos: Describir si la población seleccionada aplica los controles de contabilización en su actividad económica y puedan manejar su flujo de dinero sobre los ingresos percibidos, así mismo cuánto gasta para su producción, esto mismo les permitirá tener organización de su actividad. También podrán formalizar su documentación y completar con los requisitos que las financieras solicitan para que puedan optar a un crédito.

### III. **Información de la actividad del Financiamiento**

- El tipo de recurso económico que utiliza para su actividad económica es: Conocer la característica del financiamiento, si la población utiliza el capital propio para trabajar su actividad o si es de origen comercial o financiero.
- Si ha recibido apoyo económico por programas de financiamiento  
La fuente de financiamiento económica por asociaciones, cooperativas, ONG, El Estado, o algún programa económico que les de asistencia técnica o de acompañamiento en su actividad.
- Condiciones del financiamiento  
Las condiciones del financiamiento son las siguientes: Plazos, Montos, Intereses, Garantías y frecuencias de pago.
- Tiempo de financiamiento que ha recibido en años o meses



Con la finalidad de conocer el periodo que ha recibido financiamiento económico con las fuentes, esta variable está vinculada con la anterior (Recurso económico que utiliza para su actividad económica es)

- Cantidad económica que destina para su actividad por mes  
Cantidad nominal que se destina para la actividad comercial, en los dos tipos de monedas Córdobas y Dólares, por periodos mensuales.
- Cantidad económica que genera la venta de la actividad económica por mes.  
Cantidad nominal que se percibe de la actividad comercial, en los dos tipos de monedas Córdobas y Dólares, por periodos mensuales.
- Cantidad de la utilidad percibida cuanto destina para la reinversión  
Cantidad nominal que se percibe de la utilidad de las ventas mensuales y la cantidad que se destina para la reinversión de la actividad comercial, en los dos tipos de monedas Córdobas y Dólares, por periodos mensuales.
- Capacitación Financiera (Gobierno, privada o personal) Si los participantes exponen apoyo acerca de capacitaciones técnicas y financieras por parte del Gobierno, sector privado o preparación personal.

#### IV. **Resultados**

- Si ha recibido financiamiento, esto les satisface sus expectativas económicas para su actividad.  
Conocer el nivel de satisfacción de aquellos encuestados si logran la satisfacción en sus expectativas económicas de la actividad económica.
- Aplica mejoras a su negocio o actividad económica a través de la reinversión o por medio del financiamiento adquirido  
Conocer la aplicación de las mejoras que realizan en tu negocio o actividad, por medio de las utilidades percibidas en un periodo, también por medio del capital propio o de algún financiamiento adquirido. En los siguientes puntos: Productos, Ventas, Servicios, Equipos, Calidad y otros puntos que se logren recopilar.

- Limitantes o negativas observadas para aplicar a un financiamiento  
Conocer los limitantes, negativas, dificultades que los encuestados comentan para aplicar a la fuente de financiamiento
- Aportes y sugerencias de lo que necesitan para su progreso económico  
Conocer las prioridades y necesidades que los seleccionados solicitan y requieren con el Estado y el sector privado, así mismo de las condiciones que demandan en los lugares que se les promueve la exhibición de su actividad.