

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Informe de Seminario de Graduación para Optar al Título de

Licenciada en Economía

Tema: ECONOMÍA SOCIAL

Subtema:

CONTRIBUCIÓN DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS AL
FORTALECIMIENTO DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DURANTE EL
PERIODO 2015-2017

Elaborado por:

Br. Isela del Carmen Cisnado Torrez

Br. Geysel Gabriela Martínez Huete

Br. Mayerling Elena Méndez

Tutor:

Msc. Orlando Antonio Zelaya Martínez

Managua, 26 de mayo de 2019

TEMA:

ECONOMÍA SOCIAL

SUBTEMA:

CONTRIBUCIÓN DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS AL
FORTALECIMIENTO DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS DURANTE EL PERIODO
2015-2017

I. DEDICATORIA

Dedicamos este seminario de graduación principalmente a Jehová Dios, quien nos ha dado la fuerza y sabiduría para culminar nuestra carrera universitaria y nos ha dado lo necesario para vivir y alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres que estuvieron apoyándonos en todo momento, por sus consejos y valores, por su motivación constante, y brindándonos su ayuda incondicional para la culminación de nuestros estudios universitarios.

Isela del Carmen Cisnado Torrez

Geysel Gabriela Martínez Huete

Mayerling Elena Méndez

II. AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios por habernos permitido la vida y oportunidad de realizar nuestro trabajo de seminario de graduación.

A nuestros padres por brindarnos su apoyo económico y moral en todo momento y nos dieron la oportunidad de estudiar una carrera universitaria.

A la universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN, Managua que nos dio la oportunidad de empezar nuestra carrera universitaria, y que con esfuerzo y dedicación de nuestra parte llegamos a culminar de manera satisfactoria, proporcionándonos maestros con valores éticos y profesionales, capacitados para nuestra enseñanza.

Isela del Carmen Cisnado Torrez

Geysel Gabriela Martínez Huete

Mayerling Elena Méndez

III. RESUMEN

Esta investigación analiza el nivel de Contribución del Parque Nacional de Ferias al fortalecimiento de los pequeños negocios durante el periodo 2015-2017.

Se propone realizar el estudio a través de la aplicación de encuestas con preguntas de carácter abiertas, dirigidas a los protagonistas y dueños de pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias con un enfoque analítico descriptivo. 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.

Se analizan estrategias del Gobierno, que 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.

Actualmente de manera general se calcula que la MIPYME representa hasta un 30 por ciento del producto interno bruto (PIB) y aporta en 70 por ciento para la generación de empleo, el sector ha dado importantes pasos en materia de desarrollo y evolución bajo el nuevo modelo. El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa ha iniciado importantes transformaciones productivas de la mano de la capacitación, asistencia técnica, servicios de apoyo a la comercialización, servicio de formalización y simplificación de trámites, acceso al financiamiento y fomento de las exportaciones.

GLOSARIO

MEFCCA: Ministerio de Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa.

ANFEF: Administración Nacional de Ferias de Economía Familiar.

PNDH: Plan Nacional de Desarrollo Humano.

BCN: Banco Central de Nicaragua.

PNF: Parque Nacional de Ferias.

IDR: Instituto de Desarrollo Rural.

IMPYME: Instituto Nicaragüense de la Pequeña y Mediana Empresa.

INFOCOOP: Instituto de Nicaragüense de Fomento Cooperativo

MAGFOR: Ministerio Agropecuario y Forestal.

MIFIC: Ministerio de Fomento Industria y Comercio.

GRUN: Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional.

ÍNDICE

I.DEDICATORIA

II.AGRADECIMIENTO

III.RESUMEN

INTRODUCCION	1
JUSTIFICACION	3
OBJETIVOS	5
CAPÍTULO I: ROL DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PRQUEÑOS NEGOCIOS	6
1.1 Políticas nacionales de fomento a los pequeños negocios	6
1.2 Funciones que ejerce el Ministerio de economía familiar, comunitaria cooperativa y asociativa (MEFCCA)	10
1.3 Administración del Parque Nacional de Ferias.....	12
1.4 Estructura del Parque Nacional de Ferias	14
1.4.1 Otras áreas de comercio vinculadas al Parque Nacional de Feria:	18
CAPÍTULO II: LOS PROTAGONISTAS Y LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS QUE SE DESARROLLAN EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS	20
2.1.Características que tienen los protagonistas y pequeños negocios	20
2.2 Desempeño económico de los pequeños negocios	28
2.3 Costos y beneficios por participar en el Parque Nacional de Ferias.....	31
CAPITULO III: CONTRIBUCION DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS A PRODUCTORES Y CONSUMIDORES	34
3.1 El fomento a la producción y el consumo desde el Parque Nacional de Ferias. 34	
3.2 Estudio de casos de protagonistas del Parque Nacional de Ferias.....	36
3.3 Impacto en la economía familiar de los protagonistas	38
CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	42
ANEXOS	43

INTRODUCCION

La estructura económica y la relación de los agentes participantes a través de las MiPymes, constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y generar empleos, con lo que representa un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases medias y bajas, con lo cual fomenta el desarrollo económico de toda una nación.

Es importante mencionar los ejes del programa nacional de desarrollo humano 2018-2021 que desarrolla el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN); en los que nos proporciona información acerca del desarrollo social tomando hincapié en el desarrollo socio productivo del país, a través de la pequeña y mediana industria donde su principal objetivo es fortalecer y transformar la pequeña y mediana industria, promoviendo su formalización y registro, brindando capacitación, promoviendo el desarrollo de nuevos emprendimientos, así como inversiones que incrementen las capacidades productivas.

Nuestra investigación se titula Contribución del Parque Nacional de Ferias al fortalecimiento de los pequeños negocios durante el periodo 2015-2017, pero cabe recalcar que debido a ciertas correcciones orientadas por el jurado calificador, se recomienda realizar un enfoque para poder analizar el nivel de aprovechamiento que tienen los pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias durante el 1er trimestre 2019, por causas de tiempo de la realización de encuestas. La planificación y dirección del Ministerio de la Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), lleva a cabo la distribución de los recursos económicos de cada uno de los protagonistas o dueños de pequeños negocios dirigida al mejoramiento de todo el sector (pequeñas y medianas MiPymes), siendo de gran importancia para el crecimiento y desarrollo del país.

Se propone realizar el estudio a través de la aplicación de encuestas con preguntas de carácter abiertas, dirigidas a los protagonistas y dueños de pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias con un enfoque analítico descriptivo. 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.

Los principales criterios para la selección de la información del estudio son los elementos observados durante el periodo dos mil diecisiete al dos mil diecinueve, información recopilada de forma directa en documentos de carácter institucional (el PNDH, el MEFCCA, la Gaceta, BCN, y sitios web), y de la opinión de los distintos, pequeños y medianos productores, mediante las encuestas en los que se expresa el proceso productivo de cada uno de ellos de la economía social de Nicaragua.

Para una comprensión adecuada, la investigación está estructurada de la siguiente forma. El capítulo I, se evaluará el rol que tiene el Parque Nacional de Ferias para el mejoramiento de los pequeños negocios El capítulo II, hace una valoración de los protagonistas y los pequeños negocios que se desarrollan en el parque nacional de ferias El capítulo III, finaliza mostrando el nivel de aprovechamiento del parque nacional de ferias a productores y consumidores.

Cabe recalcar que en la investigación realizada, hemos tenido muchas dificultades a la hora de la recopilación de la información de origen institucional estadística. Es por eso la falta de datos numéricos en cuanto a series de tiempo en nuestro informe.

JUSTIFICACION

El emprender o iniciar una idea de negocio genera muchos beneficios, como el crear tu propio ambiente laboral, flexibilidad, crear empleos, mejoramiento de tus ingresos, etc. Pero también debe de tenerse presente la existencia de barreras que se pueden encontrar en este nuevo camino, una de ellas es a la hora de buscar un lugar apropiado donde poner o instalar tu negocio, algunos no cuentan con el capital necesario para poder levantar instalaciones, o un lugar donde haya concurrencia de personas (posibles compradores) y en consecuencia de esto muchos caen en el problema de la informalidad.

Es por motivo es que El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional a través del MEFCCA crea un espacio denominado Parque Nacional de Ferias este con un objetivo general, el poder brindarles ese apoyo que los emprendedores y futuros protagonistas necesitan, brindándoles un espacio con las condiciones apropiadas donde ofertar sus productos y con amplio enfoque en el fortalecimiento de capacidades.

Es ahí donde nace nuestra inquietud de investigar, poder medir los alcances, conocer el impacto en la economía familiar y evidenciar el nivel de aprovechamiento que ha tenido el Parque Nacional de Ferias al fortalecimiento de los pequeños negocios, (1er trimestre 2019) así como el impacto en la economía del país.

Se propone realizar el estudio a través de la aplicación de encuestas con preguntas de carácter abiertas, dirigidas a los protagonistas y dueños de pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias con un enfoque analítico descriptivo. 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.

Los principales criterios para la selección de la información del estudio son los elementos observados de los protagonistas del parque a través de la encuesta, información recopilada de forma directa en documentos de carácter institucional (el PNDH, el MEFCCA, 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 de la economía social de Nicaragua.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar el nivel de aprovechamiento de los pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias durante el 1er trimestre 2019

Objetivos Específicos:

1. Explicar el rol que tiene el Parque Nacional de Ferias para el mejoramiento de los pequeños negocios
2. Caracterizar a los protagonistas y los pequeños negocios que se desarrollan en el parque nacional de ferias
3. Valorar el nivel de aprovechamiento del parque nacional de ferias a productores y consumidores

CAPÍTULO I: ROL DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS.

En Nicaragua hasta la fecha del inicio de esta investigación, no existen estudios estructurados sobre el origen del Parque Nacional de Ferias, sin embargo se sabe que dicho proyecto nace en el año 2012 a través de una donación que realizó el Gobierno de China Taiwán, con el objetivo principal de dar a conocer a las MIPYMES través de un espacio libre y gratuito.

Cabe recalcar que 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.

1.1 Políticas nacionales de fomento a los Pequeños Negocios

El Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, a partir del 2007, inicia la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Humano, instrumento que persigue una transformación profunda de la situación socio-económica de Nicaragua; priorizando como fin único y fundamental al ser humano, jugando la Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) un papel preponderante y estratégico, para el combate a la pobreza y el desarrollo económico con equidad y justicia.

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 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, 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.

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.

Las problemáticas de las MIPYMES parten primeramente de su alto grado de informalidad y dispersión, esto dificulta el accionar del Gobierno en cuanto a su atención. Las características de este sector resaltan que son actividades meramente artesanales- tradicionales, con escaso nivel tecnológico, recursos humanos de baja calificación, incluyendo al propietario quien ejerce funciones de gerente o administrador y a la vez de operario y supervisor de producción. Muchas son unidades económicas de subsistencia, con poca capacidad de crecimiento y desarrollo, centradas en el sector comercio y servicios.

A pesar de estas problemáticas el sector ha dado importantes pasos en materia de desarrollo y evolución bajo el nuevo modelo pero para contrarrestar un poco este nivel de informalidad se creó para el año 2012 El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA) que ha iniciado importantes transformaciones productivas de la mano de la capacitación, asistencia técnica, servicios de apoyo a la comercialización, servicio de formalización y simplificación de trámites, acceso al financiamiento y fomento de las exportaciones.

Por eso se da la creación de la ley No. 645, LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME) que tiene como objetivo fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

1.2 Funciones que ejerce el Ministerio de economía familiar, comunitaria cooperativa y asociativa (MEFCCA)

El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa fue creado el 17 de Julio del año 2012 con la aprobación de la Ley No.804, Ley de Reforma y Adición a la Ley No.290, Ley de Organización, Competencia y Procedimiento del Poder Ejecutivo, publicado en La Gaceta No.134. De acuerdo con las autoridades de entonces, la pequeña producción rural junto con la urbana generan el 70% del empleo y el 40% del PIB, siendo este uno de los motivos más importante para impulsar el desarrollo familiar, comunitario y cooperativo.

El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa fue creado a través de la absorción del Instituto de Desarrollo Rural, el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, el Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo y actividades del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio referidas a las MIPYMES y el Programa de Seguridad Alimentaria Nutricional ejecutado por el MAGFOR.

Este Ministerio fue creado con el objetivo de integrar a la economía familiar, comunitaria y cooperativa en Nicaragua como un nuevo modelo de atención integral y holista a la micro y pequeña producción rural y urbana, reconociendo las diferentes capacidades y limitaciones de las familias nicaragüenses en sus diferentes formas de participar en la economía familiar nacional: la agricultura, la pequeña y mediana agroindustria, la artesanía, el comercio, los servicios, a través de cooperativas, de núcleos de ahorro y crédito y de asociaciones informales, que en conjunto forman parte de la economía familiar, comunitaria y cooperativa.

➤ 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 continuación, se muestran algunas de las funciones ejercidas por MEFCCA:

- 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.

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

Otros de los espacios que el Gobierno ha venido desarrollando a través del MEFCCA en función del crecimiento de los pequeños artesanos y productores son las ferias departamentales, las cuales desarrollan en un año cuatro mil doscientos noventa y ocho eventos, con la participación de 53 mil cuatrocientos dos protagonistas, mismas que han permitido un ingreso total de 34 millones de córdobas en la comercialización de productos varios.

1.3 Administración del Parque Nacional de Ferias

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, 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.

1.4 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 mts², 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.

Tabla 1. Cantidades de Módulos Terraza 1

Módulos	Cantidad
Aperitivos Típicos	5
Batidos	3
Fritangas	3
Refrescos Naturales	2
Cocteles	2
Totales	15

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
Artesanía	16
Vestuario	12
Tejidos y Bordados	9
Ornamentación	6
Pintura Artística	5
Totales	48

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 medicamentos naturales.

Tabla 3. Cantidades de Módulos Terraza 3

Módulos	Cantidades
Calzado Textil	30
Medicina Natural	8
Calzado Cuero	7
Carteras, Bolsos y fajas	5
Totales	50

Fuente: Elaboración Propia

TERRAZA NO. 4

Conformada por 43 módulos, 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	Cantidades
Granos Naturales	20
Encurtidos Naturales	6
Café Orgánico	5
Dulces Tradicionales	5
Boquitas Tradicionales	4
Productos de belleza	2
Productos fermentados	1
Totales	43

Fuente: Elaboración Propia

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

Módulos	Cantidades
Derivados Lácteos	27
Comidas Típicas	12
Refrescos Naturales	6
Requezón	3
Raspados	3
Elotes y chichas	3
Totales	54

Fuente: Elaboración Propia

1.4.1 OTRAS ÁREAS DE COMERCIO VINCULADAS AL PARQUE DE FERIA:

- Granja Integral: Integrado por un criadero de especie de animales como: 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.

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.
- **Casa del Maíz:** fue creada para brindar un espacio diferente donde se promueven los productos tradicionales derivados del maíz: rosquillas somoteñas, enchiladitas leonesas, etc., están reunidos en un solo lugar.
- **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.

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 no. 6 Módulos por áreas en el PNF

Áreas del PNF	Cant. de Módulos
Terraza no. 1	15
Terraza no. 2	48
Terraza no. 3	50
Terraza no. 4	43
Terraza no. 5	54
Madera y Muebles	8
Patio Saludable	20
Abono Orgánico	6
Los Ranchos	12
Totales	256

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO II: LOS PROTAGONISTAS Y LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS QUE SE DESARROLLAN EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS.

2.1. Características que tienen los protagonistas y pequeños negocios

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, En ese contexto existen dos términos que se han venido mencionando y que son de referencia popular en la PNF:

- a) **Protagonista:** 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”.
- b) **Pequeños 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).

Tipos de negocios (por el tamaño)

En los términos del Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), el art. 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).

Cuadro 1. Clasificación de Empresas

	Micro	Pequeña
Número total de trabajadores	1 a 5	6 a 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 MIPYMEs en Nicaragua

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=30 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 30 a 50 años muy pocos jóvenes:

Grupos de Edad

Tabla 7. Grupos de edad de la muestra n=30

Grupos de edad n= 30	Cantidad
< 30 años	3
30 a 40 años	9
40 a 50 años	12
> 50 años	6
Total	30

Fuente: Elaboración Propia

b) Sexo

Se puede observar que las mujeres prevalecen con una cantidad de 22, 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=30

Sexo n= 30	Cantidad
Femenino	22
Masculino	8
Total	30

Fuente: Elaboración Propia

c) Nivel Académico

Con relación al nivel académico, en la selección tomada se muestra el 40% bachiller, 23% Profesionales, 13% universitarios, 7% con estudios de primaria y por último 14% 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 n=30

Nivel Académico	Cantidad
Profesional	7
Bachiller	12
Secundaria	4
Primaria	2
Sin Estudios	0
Universitario	4
Técnico	1
Total	30

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=30, 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 2. Procedencia de los protagonistas del sexo femenino n= 22				
Dpto. /origen	Urbano	Rural	Municipio	Nivel académico
Boaco	1	1	Boaco	Bachiller
Carazo	0	1	El Rosario	Universitario
Chinandega	1	3	5 Pinos y San Pedro del Norte	Primaria y secundaria
Chontales	1	0	Juigalpa	Bachiller
Granada	0	2	Diriá	Profesional
Managua	5	3	D -I, II, III,IV, Mateare y Ticuantepe	Secundaria, bachiller universitario y profesional.
Masaya	1	4	La Concha, Masatepe, Niquinohomo	Bachiller
Total	22			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 3. Procedencia de los protagonistas del sexo masculino n= 8				
Dpto. /origen	Urbano	Rural	Municipio	Nivel académico
Boaco	0	1	San Lorenzo	Profesional
Carazo	0	1	El Rosario y Jinotepe	Bachiller
Chinandega	0	1	Corinto	Universitario
Madriz	0	1	Somoto	Bachiller
Managua	2	0	D- V y VI	Secundario y Bachiller
Masaya	1	1	La Concha y Masaya	Universitario y Bachiller
Total	8			

Fuente: Elaboración Propia

e) Ocupación laboral de los protagonistas

Con relación a la ocupación el mayor porcentaje en la categoría de comerciante con 37%, 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 no=30

Ocupación n= 30	Cantidad
Comerciante	11
Estudiante	3
Fisioterapeuta Naturista	1
Naturista	2
Productor	3
Técnico agricultor	1
Técnico Forestal	1
Técnico Industrial	1
Vendedor	3
Ebanista	1
Carpintero ebanista	1
Administrador	2
Total	30

Fuente: Elaboración Propia

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 Gráfico 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 Familiar, observando que la de mayor porcentaje es la actividad de aperitivos típicos con el 34% de la Terraza No. 1

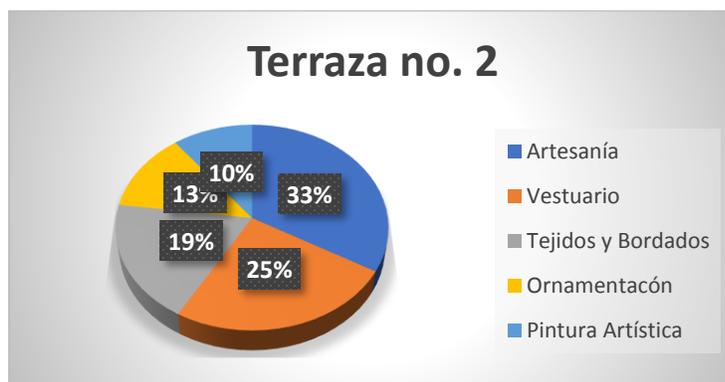
Gráfico 6. Distribución de actividades por modulo terraza 1



Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico 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.

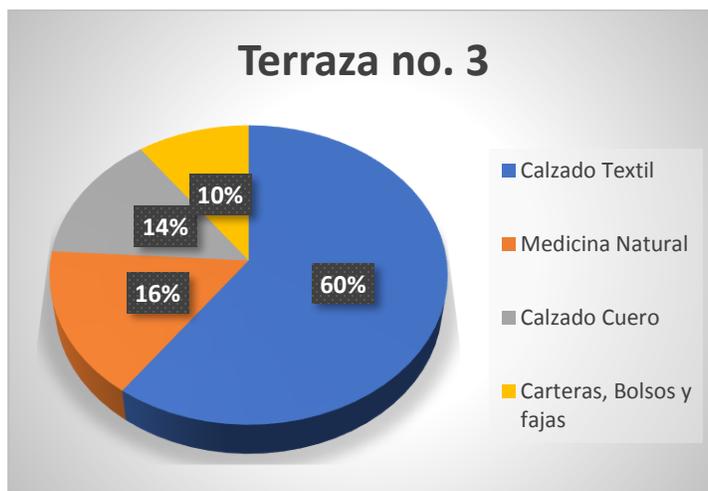
Gráfico 7. Distribución de actividades por módulos terraza 2



Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico 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.

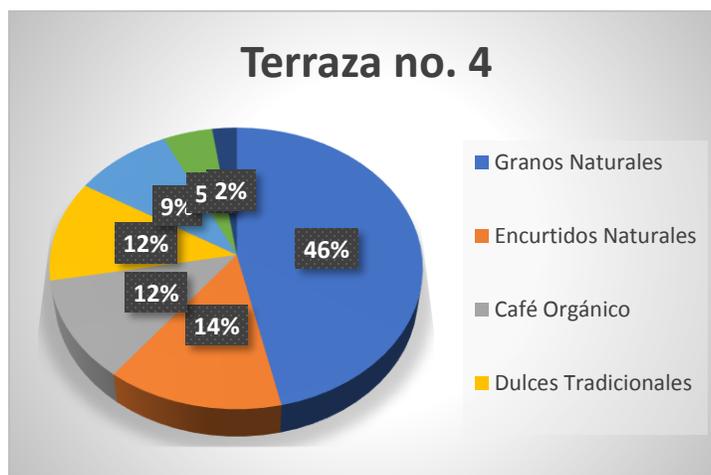
Gráfico 8. Distribución de actividades por módulos terraza 3



Fuente: Elaboración Propia

En el Gráfico 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.

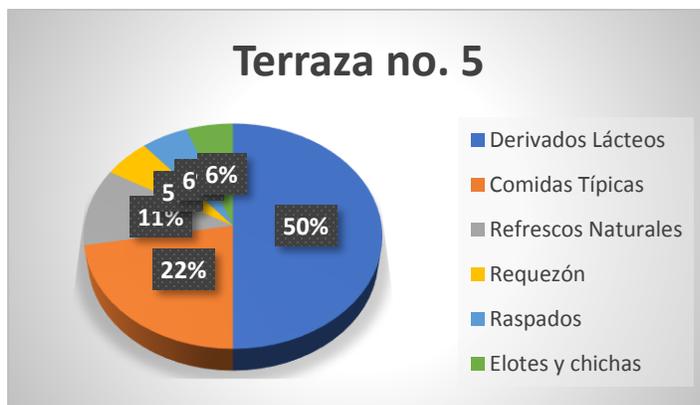
Gráfico 9. Distribución de actividades por módulos terraza 4



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 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

Gráfico 10. Distribución de actividades por módulos terraza 5



Fuente: Elaboración Propia

2.2 Desempeño económico de los pequeños negocios

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=20 seleccionados.

Cuadro no. 4 Tiempo de estancia de los pequeños negocios n= 20

Pequeños Negocios	Propio	Familiar	Total
< de 12 meses	4	0	4
< de 24 meses	7	3	10
< de 36 meses	2	0	2
> de 36 meses	1	3	4
Total	14	6	20

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5. Tiempo de estancia de los protagonistas n=10

Protagonistas	Propio	Familiar	Total
< de 12 meses	3	0	3
< de 24 meses	4	1	5
< de 36 meses	2	0	2
Total	9	1	10

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 50% del total de n=10 seleccionados.

➤ 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.

Gráfico 11. Naturaleza del negocio



Fuente: Elaboración Propia

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: Marroqueria 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, y acupuntura

- Orgánicos: Fertilizantes orgánicos
- Ornamental: Flores y plantas
- Textiles: Hamacas, sillas, vestuario, bolsos y calzados

Tabla 11. Actividad Económica de la muestra n=30

Actividad económica n= 30	Cantidad
Alimentos	3
Artesanía	3
Bebidas	2
Confiterías	1
Cuero	2
Gastronomía	9
Granos básicos	1
Lácteos	2
Madera y muebles	1
Medicina	2
Orgánicos	1
Ornamentales	1
Textiles	2
Total	30

Fuente: Elaboración Propia

2.3 Costos y beneficios por participar en el Parque Nacional de Ferias

Estos son algunos de los beneficios con los que cuentan los protagonistas y dueños de pequeños negocios en el parque nacional de ferias:

1. Capacitación: 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. Promoción a través de actividades: El Parque Nacional de Feria prepara espacios para que los protagonistas puedan exhibir y comercializar los diferentes platos típicos, esto con el objetivo de destacar la gastronomía nicaragüense.

También habilita espacio para que grupos musicales deleite a los visitantes con música en homenaje a Nicaragua, prepara también espacios para llevar a cabo presentaciones de grupos folclóricos, deleitando con excelentes presentaciones a los visitantes.

3. Publicidad gratuita: 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.
4. Servicio de transporte: La Administración del Parque Nacional de Ferias proporciona los fines de semana dos unidades de transporte público con rutas meramente establecidas (Managua), esto con el fin de que los protagonistas y dueños de pequeños negocios puedan trasladarse a sus hogares luego de haber culminado sus actividades en el Parque.

También se integran los fines de semana una unidad de transporte público (miniruta⁴) Este para el público en general (visitantes del PNF) con el fin de que las personas puedan llegar en familia y realizar sus compras en el parque nacional de ferias.

Con respecto a los protagonistas y dueños de pequeños negocios ubicados en los diferentes departamentos del país, no cuentan con un servicio de transporte gratuito o una ruta de transporte meramente establecida, debido a la diversificación de domicilios y debido a esto ellos son los que buscan sus propios medios de traslado.

Otros de los beneficios de estar en el parque nacional de ferias es que les permite conocer el trabajo de otros pequeños negocios, para ofertar su producto en un lugar concurrido, cuentan con seguridad día y noche, un espacio adecuado garantizado y también pueden ser promocionados a través de reportajes de medios oficialistas que dan cobertura permanente al parque. Estar en el parque les permite tener un primer lugar de comercialización y a partir de ahí evolucionar a su propio local.

Cabe recalcar que para participar en el parque Nacional de Ferias no tiene ningún costo adicional, es totalmente gratuita la participación que se les da a los protagonistas y dueños de pequeños negocios. Así como son gratuita las capacitaciones y asesorías brindadas por el parque nacional de ferias esto con la finalidad de mejorar y garantizar que los protagonistas puedan brindar un servicio y una atención de calidad.

Es importante mencionar que los costos de los beneficios con los que cuentan los Protagonistas y dueños de Pequeños Negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias son financiados a través del Presupuesto del Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA).

CAPITULO III: CONTRIBUCION DEL PARQUE NACIONAL DE FERIAS A PRODUCTORES Y CONSUMIDORES.

3.1 El fomento a la producción y el consumo desde el Parque Nacional de Ferias

Desde el MEFCCA se viene haciendo un trabajo de fortalecimiento y acompañamiento con los productores, para trabajar una producción sostenible y duradera. Ya que es necesario enseñarle a comercializar y que nuestros productores aprendan a dar valor agregado a las frutas, verduras y de esto trata estos nuevos proyectos.

Como parte del trabajo de fortalecimiento de capacidades productivas que viene implementando el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, con la cooperación de China Taiwán, para mejorar los rendimientos de la producción y las capacidades de los pequeños y medianos productores en el país, se hace inicio a la ejecución de nuevos proyectos desde el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA).

Uno de los proyectos con los que se cuenta en el Parque Nacional de Ferias Como parte del proyecto de Cultivo y Mejoramiento de la Eficiencia en la Producción es: “La artesanía de Bambú”, que ejecuta el Buen Gobierno Sandinista a través del MEFCCA, se han cultivado más de 300 hectáreas de bambú, se ha beneficiado a más de 250 protagonistas productores que están sembrando el Bambú.

Se está trabajando con artesanos capacitándolos con el tema de mejora en el curado de Bambú, en la elaboración de muebles y artesanías, y más de 200 protagonistas se han capacitado en este tema a nivel nacional.

Lo que consideramos que este tipo de proyectos genera un importante aporte a la producción y al mejoramiento de las capacidades de los y las protagonistas involucrados en el Parque Nacional de Ferias.

El Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa estará regido por ejes transformadores: en el que se destaca;

Aumento de la productividad: El aumento 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.

De esta forma lo que se pretende lograr es que las y los protagonistas del Parque Nacional de Ferias además de producir, también puedan brindar y comercializar productos que sean competitivos.

El MEFCCA y el Parque Nacional de Feria han venido trabajando en eso en los últimos años y es a través de las capacitaciones, de cómo poder sacar una buena producción, la preparación de productos novedosos, para la manipulación de las comidas, consejos sanitarios y fitosanitarios etc. Todo esto para que los protagonistas y dueños de pequeños negocios puedan ofertar sus productos o servicios con precios competitivos y sobre todo productos con calidad certificada.

Fomentando el consumo de productos novedosos y de calidad es el secreto para poder seguir conservando un buen criterio de lo que se produce y comercializa en nuestro país, Logrando promover productos frescos, vegetales, y otros productos de temporada que seguramente van a disfrutar “a precios bastante competitivos, manifestó Eduardo Cano, encargado de promoción de los pequeños emprendimientos.

3.2. Estudio de casos de protagonistas del Parque Nacional de Ferias

Protagonistas de todos los sectores del PNF, participan en talleres prácticos importados por la dirección de pequeños negocios.

Los talleres tienen como objetivo principal, mejorar eficientemente la preparación de los productos que ofrecen en el parque.



Yamileth Guevara, es una emprendedora exitosa, propietaria del emprendimiento Perlas de Miel, ubicado en Ticuantepe y protagonista del Parque Nacional de Ferias. Con una sonrisa en su rostro, la protagonista manifestó que ha salido adelante, Por Gracia de Dios y al Buen Gobierno Sandinista, que le ha permitido seguir prosperando y fortaleciendo conocimientos a través de los programas que impulsa el Ministerio de Economía Familiar.



Martha Rosa Martínez, una de las protagonistas que llegó de Matagalpa para ofertar e intercambiar experiencia con su emprendimiento que consiste en elaborar diversos productos a base del café. Dijo que en tiempos de navidad compradores que tiene en España y Estados Unidos hacen sus pedidos con anticipación, además los productores de café del país son clientes a quienes les gusta regalar productos elaborados como los que se producen al norte de Nicaragua.



Doña Sonia Valladares, comerciante del PNF, quien ofrece uniformes escolares, en la denominada feria escolar dijo sentirse estar sumamente contenta con la afluencia de las personas, pues en todo momento se mantuvo el ritmo de las personas, que en su gran mayoría estaban a adquirir los productos que ella ofertaba.



Un grupo de artesanos de toda Nicaragua participan de un curso para elaborar objetos y muebles a base de bambú, con lo cual pueden emprender o mejorar sus negocios.

“Es un poquito difícil si uno no le pone mente, pero ya poniéndole mente, se le hace fácil a uno trabajarlo”, dijo la señora Claudia Zamora.

3.3 Impacto en la economía familiar de los protagonistas

Desde su creación en 2012 este espacio se ha convertido en una importante plaza de promoción económica para miles de familias de todo el país.

El Parque Nacional de Ferias ha realizado 39 encuentros temáticos por año, con la participación de más de seis mil quinientos protagonistas expositores en el que se da a conocer el impacto de este espacio creada por el Gobierno Sandinista, la aceptación del Parque Nacional de Ferias es incuestionable, en cuanto a las ventas de productos alimenticios, calzado y vestuario, entre otros totalizan más de 51 millones de córdobas.

El desarrollo de este Parque es políticamente estratégico y junto al de salud y educación constituyen sectores que determinan la vida social, política y económica del país y la revolución.

El Parque Nacional de Ferias ha permitido el desarrollo de los pequeños talleres y negocios a través del fortalecimiento de los conocimientos con los protagonistas para mejora de la calidad y la productividad de los pequeños y medianos negocios.

Se ha promovido 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.

Ha promovido las normas técnicas y la certificación de calidad del producto a fin de alcanzar los estándares internacionales para elevar la competitividad de los bienes y servicio producidos por las MIPYMES.

Se ha elevado la competitividad productiva tanto en el mercado nacional e internacional, se han conseguido asesoría técnica y empresarial, capacitaciones, fortalecimientos y ampliaciones de la oferta de servicios. Ha promovido la inversión en innovación tecnológica con el fin de incrementar la productividad de los procesos productivos y de los productos.

Un impacto bastante notorio es la promoción de incentivos para las micros, pequeñas y medianas empresas siguiendo los siguientes criterios:

Generación de nuevos empleos que incluya a mujeres, personas con capacidades diferentes, y a jóvenes rehabilitados socialmente, que sean artesanos que promuevan la cultura nicaragüense, y la producción de bienes y servicios que sustituyan los importados.

CONCLUSIONES

El parque Nacional de ferias se origina gracias a una estrategia del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional debidamente estructuradas a través del MEFCCA y la ANFEF, quienes han logrado estructurar un espacio para la comercialización para diferentes actores o protagonistas, esto con la finalidad de que los programas de desarrollo implementados aporte al desarrollo y al crecimiento sostenible de los actores y de la economía en general.

Se logró identificar las principales características que tuvieron las y los protagonistas y dueños de pequeños negocios en el Parque Nacional de Ferias en los cuales se describen los diferentes rubros y actividades económicas que participan así como de los programas del Gobierno. El desenvolvimiento que han tenido es bastante positivo.

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, 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.

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.

Los principales programas que el Gobierno de Reconciliación y unidad nacional brinda a los protagonistas y dueños de pequeños negocios son con el afán de mejorar la sostenibilidad, el desarrollo, emprendedurismo y producción continua y mejorada de las actividades económicas desarrolladas en nuestro país.

El nivel de aprovechamiento generados a los protagonistas participantes durante el periodo 1er trimestre 2019 según el estudio realizado se puede concluir, que los beneficios con los que cuentan los y las protagonistas del Parque Nacional de Ferias son bastante satisfactorios porque se muestra una gran aceptación de las partes involucradas, y se ha podido percibir que han surgido muchas ideas innovadoras y emprendedurismo a través de las MiPymes durante el periodo en estudio.

Además se ha logrado la implementación de programas de desarrollo de capacidades con prácticas de género que promueven la calidad, productividad y eficiencia de los pequeños negocios.

Se concluye diciendo que cada una de las delegaciones del MEFCCA a nivel nacional han cumplido con la responsabilidad de brindar capacitaciones de: mercadeo, administración, contabilidad, administración de costos, finanzas, etc., siendo los conocimientos adquiridos aplicados por los protagonistas, siendo llevados a la práctica en cada negocio.

BIBLIOGRAFÍA

La Gaceta Diario Oficial. (22 de febrero de 2013). Ley No. 804. Ley de reformas y adicionales a la Ley No. 290, "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo", pág. 199.

La Gaceta Diario Oficial. (24 de enero de 2008). Ley No. 645. Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de micro, pequeña y mediana empresa, (LEY MIPYME) pág. 937.

Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa, (Publicación abril 2016). Recuperado el 12 de marzo de 2019 www.economiafamiliar.gob.ni

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%91ASYMEDIANAS EMPRESAS/Registro%C3%91AnicodelasMIPYME/tabid/187/language/es-NI/Default.aspx>.

Gobierno de Nicaragua. (8 de Noviembre de 2012). Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 - 2016. Recuperado el 02 de abril de 2019, de www.pndh.gob.ni

ANEXOS

ENCUESTA

APROVECHAMIENTO DE LOS PQUEÑOS NEGOCIOS EN EL PARQUE NACIONAL DE FERIAS DURANTE EL 1ER. TRIMESTRE 2019

APLICACIÓN DE ENCUESTAS A LOS PROTAGONISTAS DEL PNF						
CARACTERISTICAS DEL NEGOCIO						
NOMBRE DEL NEGOCIO						
TIEMPO DE ESTANCIA						
ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA						
CANTIDAD DE TRABAJADORES						
TIPO DE NEGOCIO		PROPIO		FAMILIAR		ASOCIATIVO
SEXO		FEMENINO		MASCULINO		
LUGAR DE ORIGEN:						
NIVEL ACADEMICO:						
PARQUE NACIONAL DE FERIAS.						
PROGRAMA EN EL QUE PARTICIPA						
FORMA EN EL QUE CONOCIO SOBRE EL PNF						
		RADIO		TV		OTROS
RECIBE CAPACITACION U ASESORIA						
FINANCIERA		TECNICA		ADMINISTRATIVA		LEGAL

¿Cuáles son los beneficios que ha recibido al participar en el Parque Nacional de Ferias?

¿Considera que formar parte de estos beneficios le ha ayudado a mejorar su calidad de vida? ¿Porque?

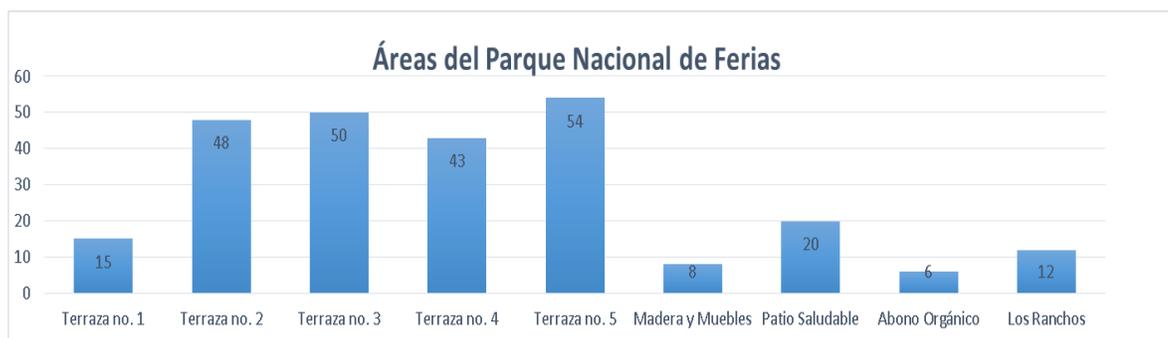
¿Cuál ha sido el impacto en su negocio de formar parte del PNF?

¿Cuál es la visión que tiene de su negocio a mediano plazo?

¿Además de ofrecer en el PNF, utiliza otros canales de distribución? ¿Cuáles?

¿Considera que la capacitación y asesoría de las instituciones públicas ha influido de manera positiva en su negocio y su visión de la misma?

Grafico No. 1, Muestra los módulos por área del Parque Nacional de Ferias



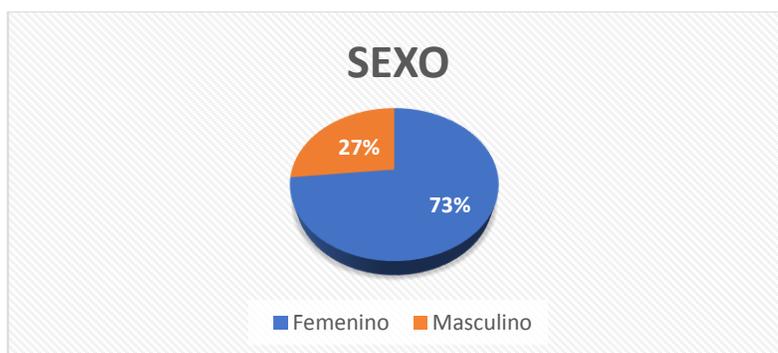
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2. Grupos de edad de los protagonistas encuestados en el Parque Nacional de ferias, muestra n=30



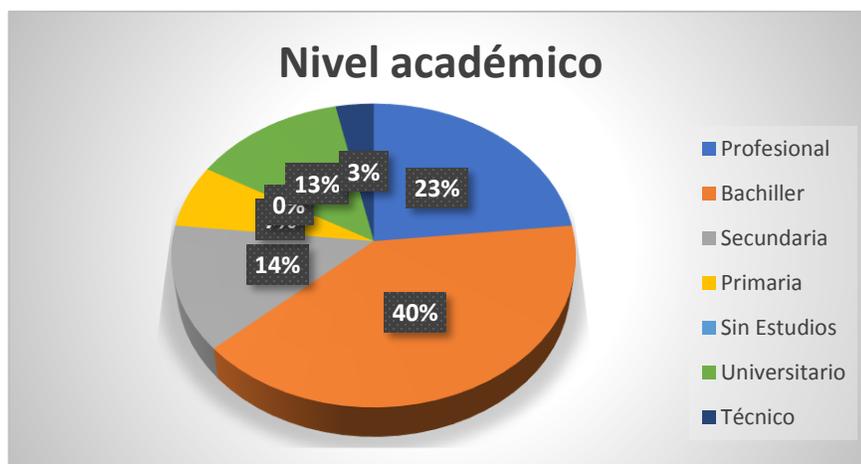
Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3. Sexo de la muestra n=30



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4. Nivel académico de la muestra n=30



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5. Nivel de Ocupación de la muestra n=30



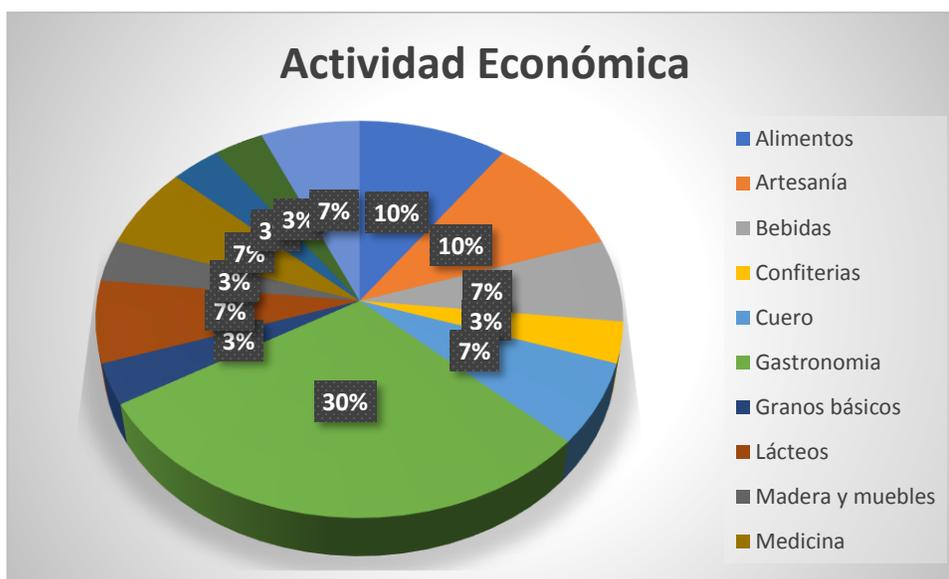
Fuente: Elaboración Propia

Cuadro no. 4 Tiempo de estancia de los pequeños negocios ubicados en el Parque Nacional de Ferias muestra= 20



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 12. Actividad Económica de la muestra n=30



Fuente: Elaboración Propia