



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

**El efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios
y el tipo de cambio en el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de
Estelí**

Seminario de graduación para optar
al grado de
Licenciado en Economía

Autores

Norman Uriel Bellorin Rodríguez
Alfredo Javier Bermúdez Fuentes
Joscar Steven Gutiérrez Gómez

Tutora

MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela

Estelí, 09 de febrero de 2023



Dedicatoria

A Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar siempre con nosotros, por ser nuestro apoyo incondicional, el guía de cada paso que damos, por revestir nuestra alma y cuerpo de fuerzas nuevas cada día y por regalarnos su misericordia y sabiduría para poder llegar hasta este escalón de la pirámide de nuestras vidas, le agradecemos por habernos puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de nuestros estudios.

A nuestros padres por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, en toda nuestra educación, tanto académica, como de la vida carnal y espiritual, por su apoyo en todos los sentidos y sin condición alguna.

A nuestros maestros y maestras, que, con responsabilidad, paciencia, vocación y liderazgo, realizaron su labor de transmitirnos sus valiosos conocimientos.

Agradecimiento

Le agradecemos a Dios nuestro creador y dador de la esperanza de un mañana mejor, que nos ha inspirado a continuar esforzándonos para lograr cada una de las metas que nos hemos propuesto para nuestras vidas, por darnos su amor infinito, por revestirnos de fuerza en los momentos que sentimos que no podemos, y por habernos regalado una vida llena de salud, aprendizaje, experiencias, paz y sobre todo una vida llena de alegría y carisma.

Agradecemos a nuestra familia por su apoyo incondicional, por sus consejos para no perder el hilo del buen camino hacia la bendición de Dios y hacia el éxito, A quienes les causa felicidad nuestros logros obtenidos.

A todos los maestros que formaron parte de nuestro aprendizaje durante nuestra carrera universitaria, gracias por transmitirnos sus conocimientos a cambio de nada, por su paciencia cuando se nos hizo difícil entender algún tema, por cada palabra de aliento y motivación, por guiarnos hasta este nivel de estudio, y especialmente agradecemos a nuestra maestra guía por haber sido la única persona que nos apoyó en esta última etapa de nuestra carrera.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

2023: "Seguiremos avanzando en victorias educativas"

Estelí, 23 de Marzo de 2023

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **El efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio en el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Economía.

Los autores de este trabajo son los estudiantes: Norman Uriel Bellorin Rodríguez, Alfredo Javier Bermúdez Fuentes y Joscar Steven Gutiérrez Gómez; y fue realizado en el II semestre del año 2022, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que cumple con un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

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

Atentamente,

MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela
ORCID No: 0000-0002-0255-2808
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Cc/Archivo.

Resumen

En Nicaragua los granos básicos como producto agrícola, constituyen la base de la alimentación y del aporte nutricional de las y los nicaragüenses generando empleo e ingresos para los trabajadores agrícolas. La investigación desarrolla como tema principal: el efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio en el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí, la relevancia del trabajo de investigación es debido a que la inflación está afectando el consumo y el tipo de cambio es una medida de contrarrestar los efectos de la inflación, donde este se ha convertido en un tema de creciente debate en las últimas décadas, tanto en los países en desarrollo como en los avanzados, el objetivo general de la investigación es analizar el efecto de las variaciones de precios y el tipo de cambio en el consumo de granos básicos durante el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí. La investigación se basa en un método cuantitativo en este caso el proceso investigativo tendrá que estar más apuntado a los resultados numéricos, y a cómo estos arrojan información sobre una determinada problemática. Los objetivos y preguntas de investigación planteados, lograron cumplirse a través de la aplicación de los instrumentos, así de igual manera se obtuvo la validación de la hipótesis. Tomando en cuenta el panorama general de la situación tanto de los comerciantes como consumidores se realizaron y propusieron estrategias económicas con él fin de mejorar la situación real que atraviesan los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí, al aplicar las estrategias sugeridas anteriormente podemos definir que los consumidores y comerciantes lograrán mejorar el proceso de determinación de los precios y mejorar la calidad y cantidad de los granos básicos producidos donde todo esto vendrá a dinamizar la economía del país.

Palabras Claves: Granos básicos, precios, consumo.

Abstract

In Nicaragua, basic grains as an agricultural product constitute the basis of food and nutritional contribution of Nicaraguans, generating employment and income for agricultural workers. The research develops as the main theme: the effect on the consumption of basic grains by the variations of prices and the exchange rate in 2022 in the Alfredo Lazo market in the city of Estelí, the relevance of the research work is due to the fact that inflation is affecting consumption and the exchange rate is a measure to counteract the effects of inflation, where this has become a topic of growing debate in recent decades, both in developing and advanced countries, the general objective of the research is to minimize the effect of price variations and the exchange rate on the consumption of basic grains during the year 2022 in the Alfredo Lazo market in the city of Estelí. The research is based on a quantitative method in this case the research process will have to be more aimed at the numerical results, and how they throw information on a certain problem. The objectives and research questions raised, were met through the application of the instruments, so in the same way the validation of the hypothesis was obtained. Taking into account the general panorama of the situation of both merchants and consumers, economic strategies were carried out and proposed in order to improve the real situation that consumers and merchants of the Alfredo Lazo market in the city of Estelí are going through, by applying the strategies suggested above we can define that consumers and merchants will improve the process of determining prices and improve the quality and quantity of grains. basic produced where all this will come to boost the economy of the country.

Keywords: Basic grains, prices, consumption.

Índice

1. Introducción	1
2. Antecedentes.....	2
3. Planteamiento del problema	7
4. Justificación	9
5. Objetivos.....	10
5.1. Objetivo General	10
5.2. Objetivos Específicos	10
6. Marco Teórico.....	11
7. Hipótesis	33
8. Cuadro de operacionalización de variables.	34
9. Diseño metodológico	37
10. Análisis y discusión de resultados	43
11. Análisis FODA	61
12. Propuestas Estratégicas.....	62
13. Conclusiones	64
14. Recomendaciones	66
15. Referencias bibliográficas.....	67
16. Anexos.....	70

1. Introducción

Los granos básicos, constituyen la base de la dieta de la población nicaragüense, sobre ellos descansa gran parte de la autosuficiencia alimentaria y nutricional, además al estar en manos de micro y pequeños productores (sobre todo maíz y frijol), son el eje sobre el cual se desarrolla la economía campesina.

En cuanto a generación de empleo, absorben gran parte de la población económicamente activa y demandan mucha mano de obra familiar. Los rubros de exportación seleccionados, por su parte, son los rubros que tradicionalmente han venido generando divisas al país, además son fuente importante generadora de empleo y constituyen ejes de desarrollo de sus localidades, con el consiguiente desarrollo de servicios relacionados. No obstante, son muy pocos los estudios y análisis que manifiestan la realidad del efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio.

En esta ocasión, se ha realizado una investigación donde se aborda sobre el efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio en el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí, siendo el mercado uno de los puntos más visitados por los consumidores económicamente activos para la compra de los granos básicos.

En este documento se describen los granos básicos más consumidos en nuestro país, los diferentes tipos de cambio y tipos de consumo, como también se estudió la variabilidad de los precios y su forma de determinación en cuanto a los granos básicos, también se aborda el tema del comportamiento del productor y el consumidor acerca del efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios donde esto viene hacer una ayuda muy importante para la investigación.

Es por ello que ante la situación de la variabilidad de los precios y el tipo de cambio se decide trabajar estrategias importantes para mitigar el efecto en el consumo de los granos básicos de las familias económicamente activas de la ciudad de Estelí.

2. Antecedentes

En los últimos años se han realizado diversas investigaciones acerca de las variaciones del tipo de cambio y variaciones de los precios, siendo estas de mucha importancia con la investigación ya que todas han tenido conclusiones importantes que podemos asociarlas al trabajo investigativo como también el enfoque que cada una de ellas percibe.

Antecedentes internacionales:

Las variaciones del tipo de cambio y el índice de inflación en las economías emergentes, elaborada por José García-Solanes y Fernando Torrejón-Flores, Revista 116 CEPAL 2015, La literatura sobre las variaciones en los tipos de cambio y los precios en las economías abiertas se ha concentrado tradicionalmente en el traspaso del tipo de cambio, es decir, la medida en que las fluctuaciones cambiarias se transmiten a los precios internos, llegando a la conclusión que este trabajo se construyó y aplicó un modelo macroeconómico de equilibrio general para evaluar la sensibilidad del tipo de cambio nominal y el nivel de precios internos ante tres tipos de shocks exógenos y calcular el consiguiente impacto en el traspaso del tipo de cambio bruto en las economías emergentes.

El modelo incluye dos elementos necesarios para abordar correctamente el tema en este tipo de economías. El primero es el grado de flexibilidad del tipo de cambio en la función de pérdida social, que se necesita para evaluar la influencia de la flexibilidad en el traspaso del tipo de cambio. El segundo es la inclusión de parámetros de balance en el canal de transmisión de efectos del traspaso del tipo de cambio. Asimismo, las propiedades de equilibrio general del modelo permitieron verificar la proposición de Mishkin, según la cual el grado de traspaso del tipo de cambio depende en gran medida del tipo de shock externo que afecta a la economía. (García, 2015)

Efectos de variaciones del tipo de cambio en los países en desarrollo, elaborada por Bela Balassa, Este artículo pretende examinar los efectos

económicos de variaciones del tipo de cambio en países en desarrollo. Primeramente, se considerará la importancia de definiciones alternativas para una investigación empírica de estos efectos económicos del tipo de cambio real. Luego serán analizados, el impacto de variaciones en el tipo de cambio en las exportaciones e importaciones. También serán investigados posibles efectos en el producto, la distribución del ingreso, la inflación y transferencias internacionales.

Finalmente, les mostrarán las implicancias de políticas para los países en desarrollo, Las conclusiones favorecen a una devaluación, acompañada por medio de políticas macroeconómicas apropiadas, para solucionar un déficit de balanza de pagos insostenible. Al mismo tiempo, hecha la devaluación, uno debe evitar que el tipo de cambio llegue a apreciarse o sobrevaluarse nuevamente. De hecho, es necesario la estabilidad en el valor del tipo de cambio real, a fin de que las exportaciones no sean desalentadas. En países donde la tasa de inflación habitualmente excede la inflación extranjera, un crawling peg proveería de una adecuada solución. Para proveer de una certeza razonable para los exportadores, este crawling peg debería ser automático y con ajustes basados en las variaciones de los precios domésticos como también en los precios y tipo de cambio en los países con los que habitualmente se comercia en el país. (Balassa, s.f.)

La variación de precios y su impacto sobre los ingresos y el acceso a los alimentos de pequeños productores agrarios en el Perú, elaborada por Joaquín Arias Segura y Carlos Vargas, A partir del año 2005 los precios internacionales de los commodities agrícolas experimentaron un incremento que alcanzó su nivel máximo hacia mediados del año 2008. Cuando los pronósticos indicaban que los precios seguirían incrementándose, estos cayeron a consecuencia de la crisis financiera internacional; sin embargo, no bajaron a los mismos niveles de 2005. Aunado a este incremento, también aumentó la volatilidad. Es decir, hoy es más difícil predecir o anticipar, al momento de la siembra o de la decisión de invertir, cuáles serán los precios de venta de los productos agrarios.

Llegando a la conclusión que los precios internacionales de los productos agrícolas experimentaron un crecimiento desmedido desde comienzos del año 2005 hasta la primera mitad de 2008, siendo los cereales, como el maíz y el trigo, los de mayores alzas. La razón del incremento de los precios internacionales están tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda: la producción de biocombustibles en la búsqueda de fuentes alternativas de energía, que elevó la demanda de MAD y de soya por parte de los países desarrollados; el incremento de la demanda de alimentos de los países emergentes como China e India; el incremento en el precio de los combustibles que elevó los costos de producción de los productos agrarios; y la especulación en los mercados financieros y de futuros. Del estudio se desprende que las variaciones de los precios internacionales se transmiten en forma directa, pero parcial, a los precios internos; siendo además de carácter dinámico, es decir, se transmiten con rezagos de varios meses. (Arias J. , 2010)

Antecedentes nacionales:

Análisis del comportamiento de la producción y consumo del frijol en Nicaragua durante el periodo 2009-2013, elaborada por Ana Gabriela Martínez Canales, Jesling Daniela Solano Campos, para optar al título de licenciadas en Economía, presentado a la Facultad de Ciencias Económicas, Departamento de Economía, en el año 2016, plantean analizar el comportamiento de la producción y consumo local del frijol, desde la siembra hasta el momento de su venta al consumidor, extendido en el periodo 2009-2013, llegando a la conclusión que el cultivo del frijol tiene un alto contenido social y económico, pues es uno de los principales productos que hacen parte de la canasta básica alimentaria.

En Nicaragua, la siembra de frijol se realiza en tres épocas denominadas primera (mayo junio), postrera (sept.) y apante (nov-dic.). La postrera es la época durante la cual se realiza la mayor parte de las siembras, La oferta nicaragüense proviene de la cosecha de unas 258 mil hectáreas, cuya siembra se distribuye en los 17 departamentos, entre los que destacan Matagalpa, Jinotega, Regiones de la Costa

Caribe, con una participación aproximada del 60% del área total sembrada en el país (Canales, 2016)

Análisis de la medición de productividad de granos básicos, en Nicaragua, periodo 1961-2013, elaborado por Álvaro Santiago López González, Tesis para optar al grado científico de Doctor en Ciencias en Desarrollo Rural Territorial Sustentable en el año 2017, se plantean contribuir a la medición de la productividad de granos básicos en Nicaragua, mediante la aplicación de un método con enfoque multifactorial como un insumo a considerar por los investigadores y los hacedores de políticas del sector primario para mejorar la producción alimentaria en el país, llegando a la conclusión que en el subsector de la producción de granos básicos en Nicaragua se han usado metodologías con enfoque parcial para medir el desempeño de este importante segmento de la economía nacional. Esto no ha permitido a los responsables de políticas sectoriales, dirigidas al sector agrícola, contar con suficientes elementos de juicio al momento de diseñar e impulsar políticas o programas que se orienten a mejorar la eficiencia productiva de este sector. Es importante anotar que los cálculos del PTF están relacionados al paradigma Neoclásico y que el paradigma institucional no se considera en el análisis, en tal sentido, este estudio está en línea con la necesidad en Nicaragua de incorporar dichos factores institucionales en el cálculo de la magnitud de los índices del PTF. (Lopez S. , 2017)

Dinámica del Pass-Through del tipo de cambio nominal a la inflación y sus determinantes, elaborado por Byron Idrovo y Wilber Baires, Este estudio presenta evidencia acerca del efecto de la estructura y concentración de la industria bancaria nicaragüense, sobre la magnitud y la velocidad de ajuste de las tasas de interés pasivas ante cambios en sus determinantes externos, Asimismo, ciertos elementos pertenecientes a las disciplina de mercado demostraron ser relevantes en Nicaragua para el traspaso de las tasa internacionales. Los resultados indican que la creciente concentración del mercado de depósitos, así como el poder de mercado ejercido por cada entidad financiera han incidido sobre la economía nicaragüense,

a través de una mayor rigidez en las tasas de captaciones. Este estudio también muestra que la tasa de intervención del Banco Central de Nicaragua (BCN), tendría cierto grado de influencia en las tasas del Sistema Financiero Nacional (SFN), aportando un nuevo espacio de discusión sobre los alcances de la política monetaria del país. (Idrovo, 2015)

Después de revisar los antecedentes de la investigación en la biblioteca en la Universidad Uruá Zelaya se comprobó que el tema de Investigación carece de antecedentes nacionales y locales por lo cual colocamos antecedentes Internacionales siendo de gran importancia asociarlas con la presente investigación debido al enfoque que estas poseen, la única excepción son los 2 últimos antecedentes que son antecedentes nacionales, pero hablan de la producción de grano básicos en nuestro país.

3. Planteamiento del problema

3.1. Caracterización general del problema

La relevancia del trabajo de investigación es debido a que la inflación está afectando el consumo y el tipo de cambio es una medida de contrarrestar los efectos de la inflación, donde este se ha convertido en un tema de creciente debate en las últimas décadas, tanto en los países en desarrollo como en los avanzados.

La inflación hace que los precios en general se incrementen. Por lo tanto, el valor de la moneda se reduce y cada día pueden pagarse menos artículos que antes. Los alimentos e incluso los servicios se ven afectados por este incremento, haciendo que tengamos que gastar cada vez más.

En Nicaragua los granos básicos como producto agrícola, constituyen la base de la alimentación y del aporte nutricional de las y los nicaragüenses generando empleo e ingresos para los trabajadores agrícolas. Así mismo esos rubros tienen una participación preponderante en la actividad económica de la población rural y han llegado a incidir en la diversificación de las exportaciones.

La estabilidad del tipo de cambio mejora las exportaciones, proporciona un entorno atractivo para los flujos de capital internacional como la inversión extranjera directa (IED) y eventualmente, estimula el crecimiento económico.

El tipo de cambio afecta la tasa de inflación de varias formas: Cambios en los precios de los bienes y servicios importados: esto tiene un efecto directo en el índice de precios al consumidor. Por ejemplo, una apreciación del tipo de cambio suele reducir el precio de los bienes importados de consumo y duraderos, las materias primas y los bienes de capital.

Cambios en el crecimiento de las exportaciones: Un tipo de cambio más alto dificulta las ventas en el extranjero debido a un aumento de los precios relativos. Si las exportaciones se desaceleran los exportadores pueden optar por recortar sus precios, reducir la producción y recortar los niveles de empleo.

3.2. Preguntas de investigación

3.2.1. Pregunta general

¿Qué efecto tiene las variaciones de precios y el tipo de cambio en el consumo de granos básicos?

3.2.2. Preguntas específicas

¿Cómo se comporta el tipo de cambio en la variación de los precios de los granos básicos?

¿Qué consecuencias produce el tipo de cambio en los precios de los bienes y su efecto en el consumo?

¿Qué estrategias se pueden implementar para mitigar las variaciones de los precios de los granos básicos y su efecto en el consumo?

4. Justificación

Este estudio tiene relevancia teórica práctica ya que los granos básicos son productos que están presentes en la alimentación diaria de todos los nicaragüenses, son la dieta fundamental de la población nicaragüense, la cultura de sus ciudadanos está muy arraigada a cultivos de granos básicos, del cual se derivan una serie de alimentos típicos de la gastronomía nacional.

El sector agrícola es el sector productivo que más ingresos genera en relación a los demás sectores productivos, lo que refleja la importación que tiene el país el desarrollo de este sector tanto para la generación ingresos, creación de empleo y garante de la alimentación nicaragüense.

El interés de realizar esta investigación es enfatizar el comportamiento del efecto del en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio en el año 2022.

Por otra parte, es importante mencionar que Nicaragua se caracteriza por ser un país agrícola. El sector agropecuario tiene un peso importante dentro de la economía nacional alrededor del 78% del producto interno bruto, con el cual se puede decir que el sector agropecuario es la columna vertebral de la economía nacional por su aporte al PIB.

La presente investigación se enfocará en los comerciantes y consumidores de la ciudad de Estelí, donde analizaremos el efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio. La reducción de los precios de los granos básicos es más favorable para los consumidores ya que los consumidores son más sensibles a los precios, los que por lo general compran con mayor frecuencia, mientras que en los comerciantes es diferente la situación los comerciantes apenas se dan cuenta de los cambios de los precios en los productos buscan a fijar precios de los productos u otros a almacenar sus productos esto con la esperanza de venderlos cuando el precio vuelva a la normalidad o esté más alto de lo normal.

5. Objetivos

5.1. Objetivo General

Analizar el efecto de las variaciones de precios y el tipo de cambio en el consumo de granos básicos durante el año 2022 en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí.

5.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar el efecto del tipo de cambio en los precios de los granos básicos.
- ✓ Identificar la variabilidad de los precios en los granos básicos y su efecto en el consumo de las familias estilianas.
- ✓ Proponer estrategias económicas que mitiguen las variaciones de los precios de los granos básicos y su efecto en el consumo de las familias estilianas.

6. Marco Teórico

El marco teórico, que se desarrolla a continuación, permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento de esta investigación. Primero partiremos con los granos básicos hay que dejar claro la importancia que tienen estos en dicha investigación, posteriormente con el consumo, tipos de cambio, precios y variabilidad de los precios, el comportamiento de los productores y consumidores y, por último, las estrategias económicas que mitiguen el impacto del tipo de cambio en la variabilidad de los precios de los granos básicos.

6.1. Granos Básicos

6.1.1. Grano

Grano procede del latín “granum”, término que es de uso especialmente frecuente en la agricultura, y designa a los frutos de paredes delgadas adheridos a las semillas de los cereales o gramíneas (granos de maíz, de trigo, de arroz, de cebada, etcétera). Se forman a partir de un carpelo único y seco. (Briseño, 2020)

6.1.2. Granos Básicos

El concepto de granos básicos es relativo. Son aquellos considerados como los alimentos imprescindibles en la dieta diaria por su contenido y aportación de nutrientes: maíz, frijol, trigo y arroz. (Pastora, 2017)

6.1.3. Maíz

La noción de maíz, procedente del taíno mahís, alude a una planta que forma parte del grupo familiar de las gramíneas. Puede alcanzar una altura de hasta tres metros, con un tallo de gran grosor, hojas puntiagudas y flores femeninas y masculinas. (Porto G. , 2018)

6.1.4. Frijoles

El término frijol (o fríjol, con acento en la l) alude a lo que en algunos países se conoce como judía, habichuela, poroto o alubia. Todos estos términos permiten hacer referencia a una planta herbácea y al fruto y a la semilla de ella.

El nombre científico del frijol, fríjol, judía, habichuela, poroto o alubia es *Phaseolus vulgaris*. Es importante aclarar, de todos modos, que existen variedades de esta especie, con lo cual hay diferentes tipos de frijoles. (Porto P. , 2021)

6.1.5. Arroz

Se conoce como arroz a la planta cuyo nombre científico es *Oryza sativa*, que forma parte de la familia de las gramíneas. El fruto de esta planta es un grano comestible que también se llama arroz.

El arroz es uno de los cereales más consumidos en todo el planeta. En algunos países asiáticos, de hecho, se trata del principal producto alimenticio. El gluten, la lisina y el almidón son algunas de las sustancias presentes en sus granos. (Perez Porto, 2015)

6.2. Consumo

El término consumo proviene del idioma latín “cosumere” que significa gastar. El consumo es la acción por la cual se utilizan/usan, determinados productos, bienes y servicios. También se pueden consumir cuestiones abstractas, como por ejemplo la energía.

Entendemos por “consumir” al hecho de utilizar estos productos o servicios para satisfacer alguna necesidad del hombre. Podemos decir que el consumo masivo luego produjo algunas patologías sociales como la tendencia compulsiva a consumir bienes de diversos tipos en la sociedad. (Noriega, 2021)

6.2.1. Consumidor

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad. (Galan, 2016)

6.3. Tipos de cambios

6.3.1. Tipo de cambio

Es el precio de la moneda de un país (divisa) en términos de otra. El tipo de cambio puede ser nominal o real, en función del bien (moneda o bienes) que se considere para su cálculo. (Edufinet, 2005)

El tipo de cambio o tasa de cambio es la relación entre el valor de una moneda y otra, es decir, nos indica cuántas monedas de una divisa se necesitan para obtener una unidad de otra.

En cada momento existe un tipo de cambio que se determina por la oferta y demanda de cada divisa, es decir, por medio del mercado de divisas. Sin embargo, en algunos sistemas de tipo de cambio los bancos centrales de un país intervienen en el mercado para establecer un tipo que favorezca a su economía.

En Nicaragua para obtener un euro (EUR) necesito entregar 1,07 dólares (USD). O para obtener un dólar (USD) tendré que entregar 36,30 córdobas nicaragüenses.

Nicaragua posee una economía pequeña y abierta que se beneficia mucho del libre comercio interno y externo, de la libre circulación de bienes y servicios, y de un mercado financiero libre. La política monetaria y cambiaria reconoce este hecho y favorece la previsibilidad sobre el tipo de cambio nominal, ya que, por su estructura, la economía se ajusta financieramente sobre manera a través de la balanza de pagos.

El BCN no controla la oferta monetaria, la que está determinada por la demanda de dinero, por lo que aquella resulta endógena. El público satisface una mayor demanda monetaria de córdobas a través de la venta de divisas y ajusta una reducción de la demanda monetaria de córdobas a través de la compra de divisas. En consecuencia, los desequilibrios monetarios y de gasto agregado se manifiestan a través de las reservas internacionales, dado un tipo de cambio, y en última instancia en la cuenta corriente de la balanza de pagos.

Operativamente, el BCN preanuncia mes a mes el tipo de cambio oficial. Las principales operaciones financieras activas y pasivas a nivel nacional se ajustan conforme su evolución, al poder indexarse por Ley a una cláusula de mantenimiento de valor del Córdoba con respecto a una moneda, que en la práctica está referida al Dólar de los Estados Unidos de América. Otras operaciones en los mercados de bienes y servicios, así como de los contratos, también se indexan a la evolución del tipo de cambio oficial.

Como componente clave, el Banco Central garantiza la libre convertibilidad del Córdoba frente al Dólar, funcionando un mercado cambiario libre e irrestricto para todo tipo de operaciones en todos los mercados en que se transan divisas, sin que exista ninguna obligatoriedad para los agentes y las instituciones captadoras de enterarlas al BCN.

En lo que sigue, se describe el esquema, formulación e instrumentos utilizados por el BCN para el cumplimiento de su objetivo central relativo a la estabilidad de la moneda nacional. A diferencia de otros países y, como se verá, por su propio diseño, el BCN no cuenta con mandato para fijarse metas de producción, empleo o inflación, ya que correría el riesgo de desviarse de la senda del tipo de cambio y por tanto del cumplimiento de su objetivo central: la estabilidad de la moneda nacional. (BCN, 2022)

6.3.2. Tipo de cambio nominal

Consiste en la relación a la que se puede intercambiar la moneda de un país por la de otro. Así, si el tipo de cambio euro/dólar es de 1,32, significa que por cada euro se obtienen 1,32 dólares. A partir de este tipo de cambio se puede obtener el recíproco, el tipo dólar/euro, que vendrá dado por: $1/1,32 = 0,76$, lo que indica que por cada dólar se obtienen 0,76 euros.

6.3.3. Tipo de cambio real

El tipo de cambio real entre las monedas de dos países es un indicador de los precios de una cesta de bienes y servicios de un país con respecto a los de otro país. Indica la relación a la que podemos intercambiar los bienes de un país por los de otro país.

6.3.4. El tipo de cambio fijo

Se da cuando el valor de una moneda está determinado, respaldado y mantenido por el banco central del país. Esto no significa que su valor sea inalterable. Las autoridades monetarias pueden, si lo estiman conveniente, modificar el valor de referencia de su moneda: si la modificación es al alza, estamos ante una revaluación y, si es a la baja, hablamos de devaluación.

6.3.5. El tipo de cambio flexible

Es cuando se deja que una moneda fluctúe libremente en los mercados de divisas; por tanto, su valor viene determinado por la oferta y la demanda de dicha moneda. Bajo este sistema, las oscilaciones cambiarias están causadas por las fuerzas del mercado; en tal caso, hablamos de apreciación cuando la oscilación es al alza y de depreciación cuando es a la baja. (Edufinet, 2005)

6.4. Precios y variabilidad de los precios

6.4.1. Precio

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.

Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por ello, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios. (Arias A. S., 2016)

6.4.2. Valor del precio

El valor de un precio justo es muy relativo. Es por ello que muchos economistas argumentan que no se debe intervenir en éste.

En economías planificadas, cuando se interviene en los precios, se suele hacer especialmente en los precios de los bienes básicos. El problema de ello es que pueden provocar crisis de oferta y que nadie quiera producir a precios bajos, desembocando en desabastecimiento de ese bien o servicio.

6.4.3. Funciones de los precios

Como se ha visto, los precios permiten que se produzcan los ajustes necesarios en la oferta y demanda. Así, realizan dos funciones importantes:

Racionar los bienes y servicios y los factores

Los precios garantizan que los recursos se repartan de manera eficiente y que se pueda alcanzar un equilibrio de mercado. Si aumenta la demanda de un bien o disminuye la oferta, no habrá suficiente oferta del bien para cubrir toda la demanda, por lo que el precio subirá. De esta manera, la demanda se reducirá y volverá a haber un equilibrio de mercado.

Los precios van a permitir a los compradores indicar la cantidad de producto que desean comprar a cada precio y a los empresarios determinar la cantidad de producto que desean vender a cada precio. Si aumenta el precio (inflación), se estimula a las empresas a que aumenten la producción, ya que obtendrían un mayor beneficio y se atrae a nuevas empresas.

Servir de incentivo a empresarios y propietarios de los factores

Los precios permiten que las empresas obtengan dinero con el que después pueden pagar sus costes de producción (compra de materias primas, pago del sueldo de empleados, logística, etc.).

6.4.4. Estrategias de precio

Las estrategias de precios más comunes se basan en fijar precios menores, mayores o iguales a los precios de mercado, dependiendo de la intención de la empresa y la imagen que quiera trasladar a los consumidores. (Arias A. S., 2016)

Según este criterio, las estrategias que se pueden elegir en términos de precio son:

- ✓ **Penetración:** Con precios por debajo del valor de mercado, con el objetivo de crear atracción y estimular al cliente a elegir el producto. Es muy habitual en productos de nuevo lanzamiento.
- ✓ **Alineamiento:** Es la forma más sencilla debido a que el bien o servicio que entra en el mercado lo hace con un precio similar al de sus competidores y dentro del valor que los clientes le dan.
- ✓ **Selección:** En esta estrategia se ofrece un producto con precio superior al de mercado, y del cual los consumidores tienen un valor otorgado muy superior. Los artículos de lujo o exclusivos suelen estar promocionados mediante este tipo de práctica de marketing.

6.4.5. Cómo se determina el precio

En una economía de libre mercado, el precio es fijado por la ley de la oferta y la demanda.

Bajo esta ley, el precio no sólo representa el costo del producto o el servicio y la rentabilidad esperada por el inversionista, sino que es afectado por el exceso o defecto de oferta-demanda, puesto que cuando la oferta excede la demanda, los precios tienden a disminuir debido a que el productor debe bajar el precio para poder colocar en el mercado sus Inventarios.

Caso contrario, cuando la demanda excede la oferta, el precio tiende a subir, puesto que la presión de la sociedad por adquirir un producto escaso, la lleva a pagar más

para obtenerlo, circunstancia que es aprovechada también por el productor, el cual incurre en la llamada especulación.

El precio fijado por la ley de la oferta y de la demanda es desvirtuado por la existencia de monopolios, quienes, al gozar de una posición dominante en el mercado, fijan el precio mediante la curva que maximiza el beneficio de la empresa en función de los costos de producción. El precio es fijado según las metas de rentabilidad esperadas por el Monopolio.

6.4.6. Precio de venta

Según las teorías económicas, de analizar la relación que se da entre el valor (que da la sociedad al bien o servicio) y el precio (que determina la ley de la oferta y demanda –o el monopolio) permite identificar la estrategia que las empresas aplicarán para fijar el precio venta al público de sus productos o servicios.

Según esto, el precio puede estudiarse desde dos perspectivas diferentes. La perspectiva del cliente, que lo utiliza como una referencia de valor, y la perspectiva de la empresa, para quien es una herramienta para generar recursos encaminados a recuperar la inversión realizada y obtener una ganancia.

6.4.7. Conformación del precio

Dejando de lado un poco las teorías económicas, el precio de venta en términos financieros, debe ser aquel valor suficiente para cubrir los costos variables y el Margen de contribución.

El precio de venta está compuesto por los costos totales (Costo variable más Costo fijo) y la utilidad ($PV = CT + UT$)

El precio de venta debe entonces ser suficiente para cubrir los costos y para obtener una utilidad. Si el precio de venta sólo alcanza a cubrir los costos, se está apenas logrando un Punto de equilibrio, lo cual supone un estancamiento de la empresa.

Si el precio de venta no es suficiente para cubrir los costos se produce una pérdida, que de ser recurrente conduce al cierre de la empresa.

Cualquier valor adicional al punto de equilibrio corresponde a la utilidad del inversionista, que es lo que persigue cualquiera que decida arriesgar su capital en un proyecto. (López, 2020)

6.4.8. Fluctuaciones de precios a corto plazo

Las principales causas del cambio en los precios de productos frescos a corto plazo son:

- La cantidad de producto ofrecida en venta en un mercado en un día en particular y las cantidades vendidas en los días inmediatamente anteriores.
- Los cambios en la demanda a corto plazo.
- La influencia de los productos suplementarios sobre la demanda.

6.4.9. Cantidades disponibles

Por regla general, los precios en los mercados mayoristas estarán estrechamente relacionados con las cantidades que lleguen al mercado en un día en particular. De esta forma, si un mercado mayorista recibe 1 000 kg de naranjas un lunes y el precio mayorista de compra por kilogramo es de \$1 puede esperarse que si el martes llegan al mercado 1 000 kg es muy probable que el precio de compra sea el mismo. Sin embargo, es posible que esta situación no sea siempre la misma. Por ejemplo, por una u otra razón (por ejemplo, mal tiempo o huelga de transportes) puede haber sucedido que al final de la semana anterior no hayan llegado naranjas al mercado. Esta situación creará una escasez del producto en el mercado y el lunes los precios se dispararán al tiempo que los minoristas competirán por la compra de naranjas con el fin de venderlas a los consumidores a quienes se les hayan agotado sus provisiones. Es claro que el martes se habrá normalizado la oferta, y que los precios de mercado descenderán, aunque la cantidad ofrecida sea la misma.

Aun cuando la producción de perecederos en un área determinada puede ser altamente estacional, muchos países tienen varias zonas de producción, cada una de las cuales puede tener temporadas ligeramente diferentes. De esta forma, puede suceder que los agricultores de una zona sean los únicos abastecedores de un producto específico en una determinada semana y ello hace que se genere un incremento en los precios de mercado. Sin embargo, puede ocurrir que en la semana siguiente lleguen al mercado algunos productos procedentes de otra zona de producción, y que se cause una disminución en los precios. Con el fin de maximizar las utilidades, los agricultores de la primera zona tratarán de llevar al máximo sus ventas durante la primera semana (por ejemplo, vendiendo productos que aún no están en punto de sazón) mientras que los productores de la segunda aplicarán las mismas técnicas para sacar adelante sus ventas.

6.4.10. Cambios en los precios a largo plazo.

Los factores que mayormente afectan el desarrollo de los precios de mercado de los productos agrícolas a largo plazo son:

- Oferta al mercado.
- Demanda.
- Época del año.
- Oferta

Mientras que las cantidades disponibles en un mercado en un día en particular pueden conducir a fluctuaciones en los precios en el corto plazo, otros factores afectan la tendencia de los precios a largo plazo. En el caso de los productos perecederos que no pueden ser almacenados por largo tiempo, o para los cuales no se dispone de almacenamiento adecuado, el factor que mayor efecto tiene sobre los precios es la estacionalidad o temporalidad de la producción. De esta forma, para un cultivo como el tomate la tendencia de los precios dependerá principalmente de cuándo el cultivo alcanza el punto de sazón en la más importante zona de producción.

En el caso de alimentos básicos como el arroz en cáscara o el maíz y otros cultivos que pueden ser almacenados por largo tiempo, tales como la papa, cebolla, ajo, y frutas como manzana, el precio de mercado no tiene mucha relación con la oferta diaria a los mercados como con el total de la producción en una temporada o en un año.

6.4.10.1. La oferta al mercado puede ser afectada por:

Cuánto se sembró. Si en un año los precios son malos, los agricultores responderán sembrando menos en el año siguiente. De esto resultará menor producción y precios más altos, hechos que estimularán a sembrar más en el año siguiente, con una consecuente caída en los precios. Este ciclo natural de producción y de precios es bastante frecuente. Algunas veces, los agricultores que tienen éxito son aquellos que hacen lo contrario de lo que están haciendo otros agricultores.

El tiempo. Las lluvias impropias pueden tener efecto significativo sobre los niveles de producción de todos los productos no cultivados con riego artificial.

Las necesidades de la familia de los agricultores. Antes que todo, los agricultores deben atender las necesidades alimentarias propias y de sus familias. Esta necesidad puede exagerar los efectos de una mala cosecha sobre las cantidades ofrecidas al mercado. Por ejemplo, si un país produce un millón de toneladas de arroz en un año normal y los agricultores dejan la mitad para sus familias, entonces quedan disponibles 500 000 toneladas para ser vendidas en el mercado. Sin embargo, si la cosecha es mala y se reduce a 750 000 toneladas, puede suceder que los agricultores insistan en reservar para sus familias las 500 000 toneladas, dejando para vender en el mercado únicamente 250 000 toneladas. De esta forma, una caída en la producción del 25% podría generar, realmente, una baja del 50% en la cantidad vendida.

El precio. Cuando los agricultores cuentan con facilidades de almacenamiento adecuadas tienen la opción de vender de inmediato o de almacenar con la esperanza de que los precios se incrementen más tarde en la temporada. Su

decisión sobre cuánto almacenar y cuánto vender dependerá de sus necesidades de dinero después de la cosecha, del precio y de su conocimiento de la probable tendencia de los precios. Si venden una porción importante de su producto inmediatamente después de la cosecha, inevitablemente se generarán precios más bajos en el mercado, aunque el efecto puede reducirse si comerciantes y molineros deciden almacenar grandes cantidades.

6.4.10.2. Demanda

La demanda es afectada por: El precio. Cuando el precio de mercado es alto los consumidores reducen sus compras. En el caso de algunos productos tales como las frutas, las reducciones pueden, con frecuencia, ser significativas debido a que los consumidores no las consideran como componente esencial de sus dietas. Sin embargo, cuando se trata de alimentos básicos como arroz, maíz, tubérculos y raíces y otros productos importantes (por ejemplo, en algunas sociedades, ajíes y cebollas) es más difícil generar reducciones significativas en las cantidades consumidas.

Si los precios se elevan, la gente puede comer ligeramente menos y, con el fin de desperdiciar menos alimentos, también puede llegar a ser más cuidadosa con las cantidades que prepara. Es posible también que continúen comprando las mismas cantidades pero que adquieran calidades inferiores, por ejemplo, arroz con un mayor porcentaje de granos quebrados o harina de maíz no cernida en vez de harina supercernida. También pueden inclinarse a comprar otros productos que consideren como de mayor valor nutritivo, si es que tales productos existen en el mercado.

Si el precio de mercado de un producto es bajo es probable que los consumidores aumenten su consumo, compren mejor calidad, y si pueden hacerlo, sean menos cuidadosos con el control del desperdicio. Pero como una persona no puede consumir sino un tanto de arroz o maíz, los consumidores que ya consiguen proveerse de una cantidad adecuada de estos productos no aumentarán su

consumo. En lugar de ello, probablemente usarán el dinero ahorrado en la compra de productos de consumo general para adquirir una cantidad de frutas y verduras mayor que la que normalmente consumirían.

La correlación que existe entre oferta y demanda y los precios de los alimentos es, por tanto, absolutamente compleja. Un cambio en el precio de un producto puede afectar la demanda y, a su vez, el precio de un producto completamente diferente. En general, puede observarse que probablemente la oferta fluctúa mucho más que la demanda y que por tanto los cambios en la producción tendrán, normalmente, una repercusión más grande sobre los precios que los que tienen los cambios en la demanda.

6.5. Comportamiento de los productores y consumidores.

6.5.1. Teoría del Productor

La teoría del productor es una parte de la microeconomía que aborda las conductas y las dinámicas desde el punto de vista empresarial y de producción, como la preferencia y demanda de los consumidores en función a un producto o servicio específico.

La teoría del productor es considerada la contraparte de la teoría del consumidor, también manejada dentro de la microeconomía. En este caso, se tratarían de las conductas y dinámicas desde el punto de vista del cliente.

A veces, al aplicarse la teoría del productor se detalla erróneamente el comportamiento de las empresas, centrándose en aspectos organizativos y culturales. Esto no se podría aplicar a la teoría general, ya que se trataría de unos conceptos demasiados complejos y poco ilustrativos.

La teoría del productor se centra en los comportamientos de mercado y cómo la empresa actúa en base a su estructura, ciclos y movimientos.

La teoría del productor profundiza, entre otras cosas, sobre la oferta y la demanda alrededor de un producto o varios en un mercado de características determinadas.

También considera la conducta de los productores frente a escenarios económicos particulares. (Tovar, 2020)

Esta teoría también trabaja sobre cómo los factores de producción se pueden combinar de manera eficiente para la fabricación y obtención de bienes.

Cabe destacar que, en la microeconomía, la teoría del productor siempre se desarrolla en miras a la optimización de la fabricación y el consumo de los bienes en el mercado.

6.5.2. Características principales de la teoría del productor

➤ Costos de oportunidad

Uno de los primeros escenarios que se evalúa desde la teoría del productor son los costos de oportunidad, los cuales se definen como el estudio de los precios y costes de los factores necesarios para la fabricación y obtención del producto finalizado.

Es un paso inicial para que toda empresa evalúe sus capacidades dentro de un mercado antes de incursionar en este mediante su primer lote de productos. (Tovar, 2020)

➤ Funciones de producción

El sistema de producción de un bien es visto como una cadena mediante la cual existe una entrada o input, que se refiere a los materiales e insumos necesarios para la fabricación del producto; y una salida u output, que sería el producto finalizado.

Las funciones de producción tienen que ver con las relaciones existentes entre la cantidad de factores o insumos necesarios para la fabricación del producto.

Estas funciones incluyen la materia prima necesaria, la maquinaria procesadora y los niveles de desgaste que sufren los componentes en el proceso.

También se cuentan los productos intermedios (indispensables en el proceso de producción que son adquiridos a terceros), el uso de suministros básicos como agua y electricidad, y la fuerza de trabajo humano, entre otros elementos.

Este desglose de elementos funcionales de producción normalmente es sintetizado por las empresas en dos grandes grupos.

Estos son el trabajo, representativo de la mano de obra y la exigencia para su realización; y el capital, representativo de la inversión necesaria para el funcionamiento y mantenimiento de todos los factores esenciales en el proceso de producción. (Tovar, 2020)

➤ **Maximización del beneficio**

La búsqueda constante de una empresa activa en el mercado siempre será la de maximizar sus beneficios con relación a su capacidad de producción.

Básicamente esto se refiere a buscar minimizar los costes de producción con relación al coste que el producto final tendría para el consumidor.

Esta relación es llevada a cabo teóricamente a través de formulaciones y problemas matemáticos, pero básicamente se puede entender como el objetivo de toda empresa de buscar que los costes de producción sean menores.

Esto se busca para que los beneficios recibidos por la comercialización del producto final sean mucho mayores, sin que esto incida en la calidad del mismo.

Estos problemas de maximización del beneficio se trabajan en el ámbito empresarial tanto a corto como a largo plazo, según los alcances de la misma empresa y el mercado en el que se desenvuelvan.

➤ **Curvas de costos**

La curva de costos es la evaluación de los costos tanto fijos como variables que tienen los inputs o funciones productivas de entrada en todo proceso de producción. Esta evaluación debe ser abordada por las empresas con sumo

cuidado para garantizar la minimización de gastos en el ámbito de la producción, y maximizar los beneficios provenientes de la comercialización.

Existen otras variables de costos, como el costo variable, que corresponde a la relación entre la variabilidad de costos de los inputs y el nivel de producción empresarial. Este suele ser un factor cuyo cambio es siempre ascendente, aunque pueden presentarse excepciones.

La curva de costo medio es la que presenta un mayor dinamismo, tanto ascendente como descendente, ya que aborda los cambios a mediano plazo en cuanto al costo de cada producto con relación al nivel y la capacidad de producción de cada empresa.

Una de las curvas que se han considerado de mayor importancia es la curva de costos marginal. Esta permite tener una percepción general del desarrollo productivo de una empresa.

La curva marginal aborda los costos de producción de un bien finalizado según las capacidades productivas de un ciclo anterior. Esta se relaciona con la curva de costo total, y básicamente evalúa el nivel de producción presente con una capacidad anterior, para poder ver con más detalles las incidencias en el aumento o disminución de los costos de cada función.

Las percepciones de costes marginales han llegado a adquirir tal importancia que se ha desarrollado un nuevo sistema de estudio centrado principalmente en la economía marginal y en su incidencia en los sistemas y relaciones de producción. (Tovar, 2020)

6.5.3. Teoría del consumidor

Estudia el comportamiento de un agente económico en su carácter de consumidor de bienes y de servicios encaminado a la obtención de la curva de demanda del consumidor, explica la forma en que se comporta el consumidor. Como se acaba de mencionar, la teoría del consumidor es observada bajo la microeconomía y

actualmente el análisis del consumidor es de vital importancia pues a través de él se puede observar como una persona alcanza su máximo bienestar dado su presupuesto. El consumidor es la persona que utiliza o consume un bien o servicio. Es la persona cuyas necesidades son satisfechas con los bienes y servicios que se comercian en el mercado

6.5.4. Teoría neoclásica del consumidor

Es la teoría más comúnmente recogida en los manuales de microeconomía. Y entre los supuestos más fuertes están: a) Las preferencias del consumidor pueden modelizarse como una función de utilidad U convexa. b) Las funciones de utilidad no varían en el proceso de consumo. De acuerdo con estos supuestos, dado un nivel de precios un consumidor perfectamente racional consumirá cantidades de cada bien de tal manera que la utilidad total sea la máxima posible compatible con la renta disponible.

6.5.5. Tipos de Consumidores

➤ Personal

Son los individuos que compran bienes y servicios para su propio uso y así poder satisfacer sus necesidades o usos personales. (Flores, 2016)

➤ Consumidor Organizacional

Incluye a los individuos y empresas como: Agencias de gobierno, negocios privados, compañías de servicio las cuales deberán comprar productos, equipos y servicios para hacer operar sus empresas con la finalidad de lucro o sin ella. (Flores, 2016)

6.5.6. Las 5 teorías del comportamiento del consumidor

➤ Teoría Económica – Marshall

Fue desarrollada por J. Marshall, y se basa en la exposición del conocimiento y poder que tiene el consumidor para satisfacer sus necesidades. Sus decisiones de

compra y comportamiento de consumo están orientadas hacia la satisfacción máxima de su utilidad y tendrán el poder adquisitivo óptimo para pagar el producto o servicio que más utilidad le brinde. Ellos se fijan mucho en la relación de costo – beneficio en cada acción o decisión que tome. La elección del consumidor es racional e independiente del entorno y, se satisface del producto por su función más que por sus atributos.

➤ **Teoría Psicológica Social – Veblen**

La teoría de Veblen está bajo un enfoque psicosociológico cuyo comportamiento no solo está determinado bajo un aspecto económico, sino también por variables psicológicas como la personalidad, necesidades, deseos entre otros.

Su corriente está considerada bajo la influencia del entorno social en su comportamiento de consumo, cuyos grupos sociales o de referencia incluyen también a la familia y grupo de amistades. Sus decisiones de consumo y compra parten de las decisiones de otros.

Los individuos de alguna u otra forma se dejan convencer e influenciar del comportamiento de otros consumidores por lo que se asimila a uno de los postulados en la teoría formulada por Maslow, las necesidades de estima y aceptación.

➤ **Teoría de la Jerarquía de las necesidades – Maslow**

La teoría de Maslow o más conocida como la jerarquía de las necesidades y motivaciones, postula que el individuo tiene dos tipos de necesidades: las Deficitarias y las de Crecimiento. Que, a su vez, estas se subdividen en forma jerárquica, es decir, el individuo desea satisfacer desde las más básica hasta seguir subiendo sucesivamente a de acuerdo a sus necesidades y motivaciones.

Para Maslow las necesidades se satisfacen de la siguiente forma:

- **Necesidades Fisiológicas:** Conforman la base de la pirámide y son vitales para supervivencia. Conforman las necesidades básicas e imprescindibles de todo ser humano como respirar, beber, dormir, descansar, sexo y refugio. Son primordiales por lo cual las demás son secundarias si estas no son satisfechas en su momento.
 - **Necesidades de Protección:** O también conocido con necesidades de seguridad, es el segundo eslabón de la pirámide y se orienta a la seguridad de la persona, su estabilidad y protección contra agentes físicos y psíquicos. Figuran la estabilidad laboral, los ingresos, servicios de salud, entre otros.
 - **Necesidades de estima y aceptación:** Son las necesidades de afiliación y tienen importancia cuando las necesidades anteriores han sido satisfechas a su totalidad. En esta clase integran las necesidades del amor, afecto, pertenencia al grupo social en vida diaria.
 - **Necesidades de valoración o reconocimiento:** Se considera este tipo de necesidad cuando se haya cubierto los tres primeros niveles de la pirámide. Se toma en cuenta la necesidad de reconocimiento hacia la propia persona, el logro particular el valor del respeto y el fortalecimiento de la autoestima. La persona se siente segura de sí misma y valiosa en la sociedad cuando satisface a plenitud esta última necesidad.
 - **Necesidades de autorrealización:** Finalmente, al satisfacer cada necesidad ubicada en la Pirámide de Maslow se encuentra el desarrollo interno, moral, espiritual del ser humano. Logran la misión de la vida y ayudar sin interés alguno al prójimo.
-
- **Teoría Conductual de Aprendizaje – Pavlov**

La teoría conductual de Aprendizaje está relacionada al comportamiento Behaviorista y fue ideada por Iván Pavlov. Se trata de un proceso de aprendizaje por medio de los estímulos cuyas respuestas modifican el comportamiento del consumidor. La teoría parte de la observación del comportamiento actual de la

persona y lo relación con su comportamiento pasado. Los consumidores por sí mismos se dan cuenta que su aprendizaje se dio a través de ciertos estímulos positivos o negativos y que por lo general, se orientan del pasado. Esta teoría se le conoce también como condicionamiento clásico y hace referencia a un proceso a través del cual se logra un comportamiento o respuesta a partir de sucesos determinado.

➤ **Teoría del Condicionamiento Operante – Thorndike y Skinner**

La teoría operante es también conocida como instrumental y es descrita por Edward Thorndike y Frederic Skinner. Ellos definen la teoría como un proceso por el cual comportamiento es el resultado favorable a partir de un estímulo y por lo tanto tiene la probabilidad de que vuelva a repetirse. La postura está determinada por las condiciones externas cuyas consecuencias construyen las conductas del ser humano.

Skinner considera que el comportamiento es una variable dependiente de los estímulos ambientales que aumentan la probabilidad de que en un futuro se refuerce por medio de respuestas positivas o negativas como consecuencia durante el estímulo. La teoría del condicionamiento clásico explica el aprendizaje a partir de los estímulos y sus respuestas, mientras que el operante se basa en las consecuencias que trae una respuesta determinada y que tienen la probabilidad de ser emitida con frecuencia en un futuro.

6.5.7. El comportamiento del consumidor

Entendemos por comportamiento del consumidor el proceso de decisión y la actividad física que las personas realizan cuando evalúan, seleccionan, adquieren y usan o consumen bienes y servicios. Supone que el objetivo que persiguen las unidades de consumo, familias o consumidores, es aumentar todo lo posible su bienestar mediante el consumo de bienes y servicios; cuanto mayor es su consumo, mayor es el grado de satisfacción y de bienestar de los ciudadanos en cualquier sociedad. Ahora bien, el límite al consumo viene dado por el dinero disponible para

comprar en el mercado, por la renta de los consumidores, teniendo en cuenta esta restricción, el consumidor racional utilizará su presupuesto de forma que, dados unos precios de los distintos bienes y servicios, y dadas sus preferencias o gustos, consiga el mayor número de bienes y, por tanto, el mayor grado de utilidad o satisfacción.

6.5.8. Utilidad

Una función de utilidad es una función real que mide la “satisfacción” o “utilidad” obtenida por un consumidor cuando disfruta vía consumo de cierta cantidad de bienes.

El concepto de utilidad es algo subjetivo que no se puede medir, es decir, debido a distintos factores en los que depende de cada persona es difícil medir este concepto, sin embargo es posible simular y llegar a hacernos una idea gracias a las funciones de utilidad.

Puede demostrarse que si es posible modelizar la conducta de un consumidor perfectamente racional mediante funciones de utilidad entonces esta conducta puede resumirse mediante una curva de demanda. Más sencillamente, si existe una función de utilidad para el consumidor racional y se dan unos supuestos matemáticamente razonables entonces existe una “curva de demanda”

La función de utilidad asigna valores numéricos a cada unida de bienes consumidos. Ahora bien, cuando obtenemos un valor mayor al que ha resultado de la función de utilidad es mejor que si el valor fuese inferior al conseguido por la función.

6.6. Estrategias económicas

Las opciones brindan protección contra los movimientos adversos de precios, la capacidad de obtener beneficio cuando los mercados se mueven, así como flexibilidad para compradores y vendedores de granos. Existen dos estrategias básicas de opciones que podría usar una coberturita de granos:

Opción de compra: un comprador de granos podría comprar una opción de compra, la cual le otorga al propietario de esa opción el derecho, pero no la obligación, de comprar granos a un precio específico. Una opción de compra permite que un comprador de granos establezca un precio máximo, o tope, para el grano que está comprando, mientras que todavía puede tomar ventaja de los precios más bajos en el mercado al contado en caso de que surja la oportunidad.

Opción de venta: un vendedor de granos, por otro lado, compraría una opción de venta, la cual le otorga al propietario de esa opción el derecho, pero no la obligación, de vender granos a un precio específico. Una opción de venta permite que un vendedor de granos establezca un precio mínimo, o base, para el grano que está vendiendo, mientras que todavía puede tomar ventaja de los precios más altos en el mercado al contado, en caso de que surja la oportunidad.

6.6.1. Operación de la cobertura en el mercado de granos

Dentro de las coberturas de granos se incluye a aquéllos que necesitan protección contra la reducción de precios, tales como agricultores, comerciantes y elevadores de granos; así como aquéllos que buscan protección contra el aumento de precios, tales como procesadores de alimentos, fabricantes de piensos e importadores.

La cobertura es en esencia el tomar una posición en el mercado de futuros u opciones que es opuesta a su posición actual en el mercado al contado.

Ya que los precios al contado y de futuros tienden a aumentar o disminuir juntos, cualesquier ganancias o pérdidas en el mercado al contado serán compensadas con las ganancias o pérdidas en el mercado de futuros.

7. Hipótesis

7.1. Hipótesis de investigación

La variabilidad de los precios y el tipo de cambio afecta negativamente el consumo de los granos básicos en Estelí.

7.2. Variable dependiente

Consumo.

7.3. Variables independientes

Variabilidad de precios.

Tipo de cambio.

8. Cuadro de operacionalización de variables

Objetivos.	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
Determinar el efecto en el consumo por la variación de los precios de los granos básicos.	Efecto de la variabilidad de los precios.	El efecto de variabilidad de los precios es el cambio de la cantidad demandada de un bien (o servicio) cuando se modifica su precio, mientras que el resto de las variables se mantienen constantes (otros precios, ingreso o preferencias del consumidor, entre otros). (Arias Sevilla, 2020)	Granos Básicos.	Grano	Encuesta	Pobladores de Estelí que consumen granos básicos del mercado Alfredo Lazo, Encuesta dirigida a comerciantes del mercado Alfredo Lazo, BCN e INIDE.
				Maíz		
				Frijoles		
				Arroz		
			Consumo.	Consumidor		
			Régimen cambiario en Nicaragua.	Como se determina el precio		
				Precio de venta		
				Política monetaria		
				Política cambiaria		
			Precios.	Evolución de los precios de los granos básicos.		
Precio de venta.						
Conformación de los precios						
Identificar la variabilidad	Consumo.	El término consumo proviene del idioma latín		Ingresos	Encuesta	Pobladores de Estelí que
				Gastos		

Objetivos.	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
de los precios en los granos básicos y su efecto en el consumo de las familias estelianas.		“cosumere” que significa gastar. El consumo es la acción por la cual se utilizan/usan, determinados productos, bienes y servicios. También se pueden consumir cuestiones abstractas, como por ejemplo la energía. (Noriega, 2021)	Indicadores Socio-económicos	Ahorro Pago Salud Préstamo Educación		consumen granos básicos del Mercado Alfredo Lazo.
			Poder adquisitivo.	Crédito Necesidades Satisfacción Nivel de vida		
Proponer estrategias económicas que mitiguen las variaciones de los precios de los granos básicos y su efecto en el consumo de	Economía.	La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas. Analiza el comportamiento, las decisiones y las acciones de los humanos, es decir, estudia como las personas,	Estrategias económicas.	Estrategias del productor. Estrategias Tecnológicas y Organizativas Estrategia del Consumidor. Estrategia Empresarial.	FODA	Observación directa a través de visita al sitio

Objetivos.	Variable	Concepto	Sub-variables	Indicadores	Instrumento	Fuente
las familias estelianas.		empresas y gobiernos toman decisiones relacionadas con la producción, distribución y consumo. (Arias Sevilla, 2020)				

9. Diseño metodológico

Se define como diseño metodológico de una investigación al esquema en que quedan representadas las variables y cómo van a ser tratadas en el estudio.

Aunque los metodólogos tienen diferentes enfoques sobre la definición de diseño, el “diseño está determinado por el tipo de investigación que se va a realizar y la hipótesis que se va a probar durante el desarrollo de la investigación”. (Gotuzzo, 2020)

Este concepto aplica en la presente investigación ya que las variables van hacer afectadas en este caso por los comerciantes y consumidores donde se puede observar como el comportamiento del tipo de cambio afecta en el precio de los granos básicos.

El muestreo probabilístico es un tipo de muestra estadística que se centra en analizar y estudiar grupos específicos de una población estadística, utilizando la selección aleatoria.

Su requisito principal consiste en que todas las personas de la población estudiada, cuenten con las mismas oportunidades de selección. (Rivera, 2017)

En la presente investigación se hizo uso del muestreo no probabilístico por conveniencia ya que la muestra de la población es demasiado amplia, este muestreo permitió obtener resultados más rápidos siendo eficientes y eficaces esto con la ayuda de los instrumentos que se aplicaran en la presente investigación.

9.1. Tipo de investigación

La investigación se basa en un método cuantitativo ya que tiene que ver con la investigación que busca conocer datos estadísticos de un determinado fenómeno, el cual también puede ser social o natural. En este caso el proceso investigativo tendrá que estar más apuntado a los resultados numéricos, y a cómo estos arrojan información sobre una determinada problemática.

La investigación cuantitativa consiste en recolectar y analizar datos numéricos. Este método es ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales de poblaciones grandes.

Este método se utiliza ampliamente en las ciencias naturales y sociales: biología, química, psicología, economía, sociología, marketing, etc.

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación.

En cuanto a su uso en las empresas, la investigación cuantitativa puede ayudar a la mejora de productos y servicios o en la toma de decisiones exactas e informadas que ayuden a conseguir los objetivos establecidos.

De manera general, se trata de pedirle a las personas que den su opinión de manera estructurada para que puedas producir datos y estadísticas concretas que te guíen y de esta manera, obtengas resultados estadísticos confiables.

Para llevarla a cabo, es importante que encuentres a una gran cantidad de personas y te asegures de que son una muestra representativa de tu mercado objetivo.

9.2. Área de estudio

✓ Área de conocimiento (Área, sub área, líneas y sublíneas)

Ciencias económicas.

Línea CEC-1: Desarrollo socio productivo, emprendimiento y bienestar.

Sub línea CEC-1.1: Comportamiento de unidades económicas.

✓ Área geográfica

La presente investigación se realizó en el departamento de Estelí que tiene una superficie de 2,230 Km² con una población total de 229,866 habitantes y

una población urbana de 128,761 habitantes donde se desarrolló un estudio con enfoque cuantitativo.

9.3. Población y muestra / Sujetos participantes

Para estudios con enfoque cuantitativo se definen población y muestra. Población se refiere al universo, conjunto o totalidad de elementos sobre los que se investiga o hacen estudios. Muestra es una parte o subconjunto de elementos que se seleccionan previamente de una población para realizar un estudio. (Lopez P. L., 1993).

La población que se tomó para el presente estudio inicialmente son los habitantes del área urbana del departamento de Estelí que cuenta con (128,761) habitantes y tomaremos como muestra a los consumidores del mercado Alfredo Lazo en este caso tomaremos (273.42) muestras para desarrollar el presente trabajo.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

Donde:

"Z" = 1.66 es el nivel de confianza del 90%.

N = es el universo.

P y Q = son probabilidades complementarias de 0.5 c/u.

"e" = es el error de estimación aceptable para encuestas entre 1% y 10%

"n" = es el tamaño calculado de la muestra.

$$n = \frac{1.66^2 * 0.5 * 0.5 * 128,761}{128,761 * 0.05^2 + 1.66^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2.74 * 0.5 * 0.5 * 128,761}{128,761 * 0.05^2 + 2.74 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 273.4181$$

El tipo de muestreo es probabilístico ya que todos los pobladores que pertenecen al universo tienen una probabilidad de ser seleccionados para ser parte de la muestra.

Debido a que la muestra es demasiado alta se procedió a realizar un segundo tipo de muestreo por lo que el presente estudio ahora tiene como población a los habitantes económicamente activos del departamento de Estelí que cuenta con (50,955) habitantes, y tomaremos como muestra a los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo en este caso se hará uso del muestreo no probabilístico por conveniencia ya que se hizo uso de la fórmula para obtener la muestra, pero los resultados arrojados son demasiado altos por lo cual se decidió hacer uso del muestreo por conveniencia y se encuestaron a 50 consumidores y 20 comerciantes para desarrollar el presente trabajo.

El muestreo probabilístico por conveniencia es el procedimiento que consiste en la selección de las unidades de la muestra en forma arbitraria, las unidades de la muestra se autoseleccionan o se eligen de acuerdo a su fácil disponibilidad, no se especifica claramente el universo del cual se toma la muestra, por consiguiente, la representatividad estructural es nula, no se consideran variables que definen la composición estructural del objeto de estudio. (Ortega, 2017)

9.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

9.4.1. Técnica de recolección de datos.

La técnica utilizada será la encuesta que permitirá recopilar la información en la muestra del estudio.

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en

una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio.

Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel, aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común crear un cuestionario online y distribuirlo utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR o URL.

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercado porque permite obtener información real directamente de los consumidores.

9.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

Se construirá un cuestionario, para cuantificar las variables de estudio, utilizando un conjunto sistematizado de preguntas que se dirigen a un grupo predeterminado de personas que poseen la información que interesa a la presente investigación.

9.5. Etapas de la investigación

En esta etapa inicial se determinó el problema objeto de estudio de la investigación de acuerdo a las líneas de investigación proporcionadas por la facultad, la misma está dirigida al comportamiento de unidades económicas de los granos básicos en el mercado Alfredo Lazo del municipio de Estelí; la idea original ya transformada se desarrolló y presentó como problema o pregunta inicial, para ello se realizaron consultas documentales y bibliográficas, consultas a docentes y un acercamiento mediante una primera observación al área donde se desarrolló la investigación.

Para la elaboración del marco teórico se inició con una revisión documental donde se identificó, se extrajo y recopiló la información existente sobre el tema, se utilizaron bases teóricas económicas y de otras disciplinas, que por estar relacionadas con la investigación se tomaron en consideración lo que permitió la interpretación de los hechos o fenómenos de la investigación.

En el diseño metodológico se trabajó tomando en cuenta: el tipo de investigación que se seguiría, la elección de la metodología concreta, es decir, si sería cualitativa, cuantitativa o mixta.

Se procedió a recoger información con los instrumentos para darle salida al problema de investigación. Una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procede al análisis estadístico respectivo. Los datos fueron tabulados y analizados presentándolos en tablas y gráficos de distribución de frecuencia.

10. Análisis y discusión de resultados

En este capítulo que se expone a continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí en el año 2022.

A través de la aplicación del instrumento se obtuvieron los siguientes resultados, los cuales le dan respuesta a las preguntas problema, de igual modo el logro de los objetivos planteados.

Para llevar a cabo un análisis de una forma más clara de los resultados se creó un archivo en Excel en donde se realizó el resultado de los datos obtenidos para posteriormente ser analizados por medio de tablas y gráficos.

10.1 Comportamiento del tipo de cambio en la variación de los precios de los granos básicos

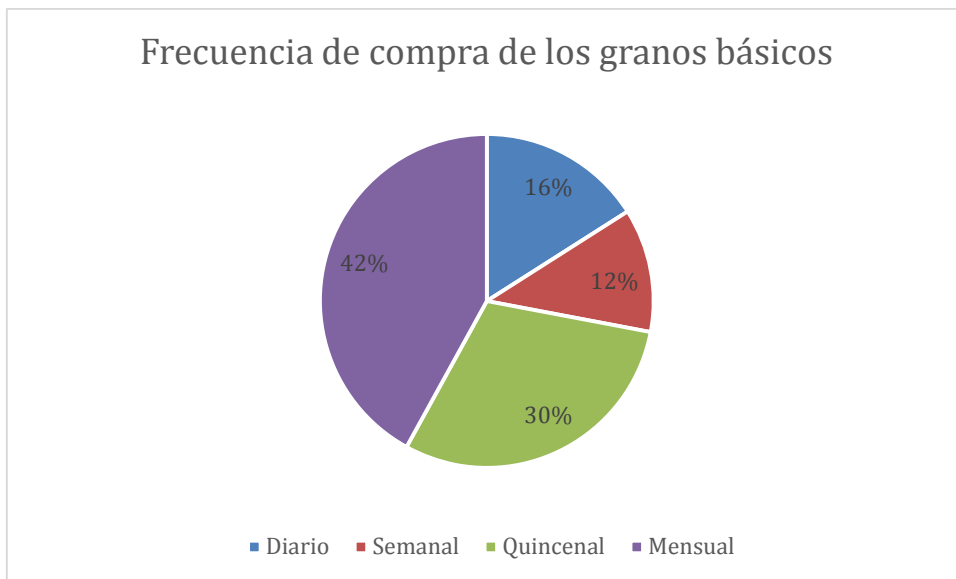
El comportamiento del tipo de cambio en los precios influye muchos en estos ya que dependiendo del movimiento del tipo de cambio así es la determinación en los precios de los productos, principalmente en los precios de los granos básicos, los productores con el tipo de cambio visualizan si el precio del producto se mantiene constante, aumenta o disminuye

10.1.1 Granos básicos

Los granos básicos son aquellos considerados como los alimentos imprescindibles en la dieta diaria por su contenido y aportación de nutrientes: maíz, frijol, trigo y arroz. (Pastora, 2017)

En el gráfico 1 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 42% (21) de la población realiza una compra mensual de los granos básicos, un 30% (15) quincenal, un 12% (6) semanal y un 16% (8) diario, el comportamiento de la compra depende la mayor parte del pago de los trabajadores de los distintos sectores de la ciudad de Estelí.

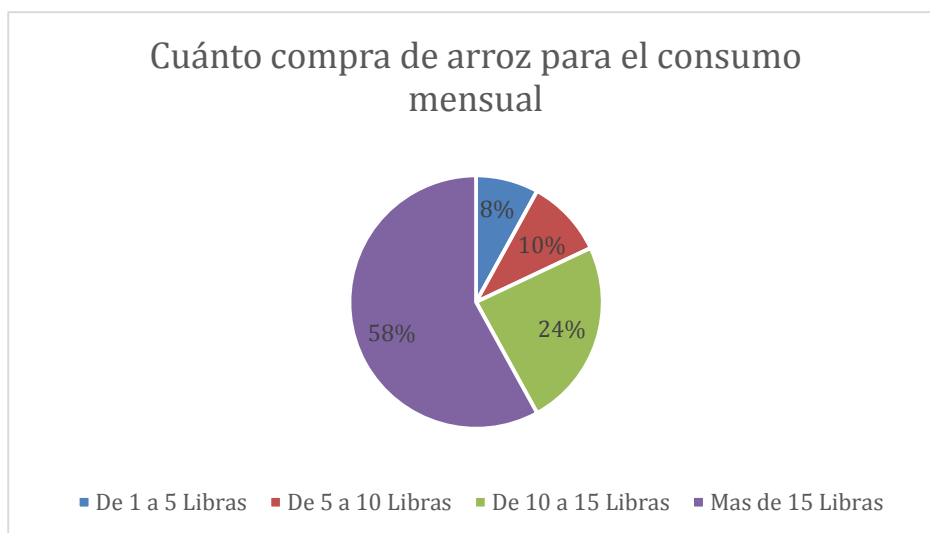
Gráfico 1. Frecuencia de compra de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 2 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 58% (29) de la población realiza una compra mayor a 15 libras de arroz para el consumo mensual de las familias, el 24% (12) realiza una compra mensual entre 10 a 15 libras y el otro 18% (9) de la población realiza una compra mensual entre 1 a 10 libras.

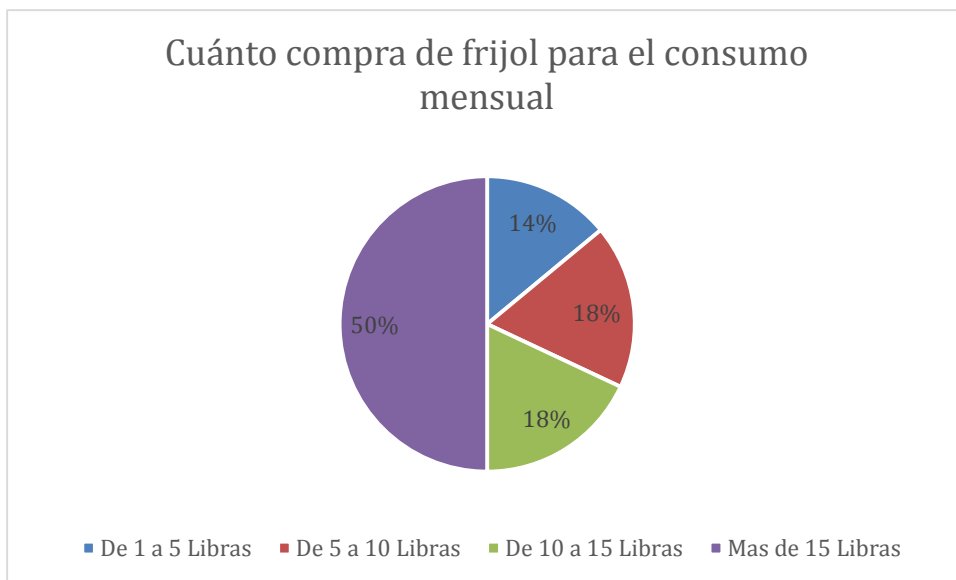
Gráfico 2. Compra mensual de arroz



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 50% (25) de la población realiza una compra mayor a 15 libras de frijol para el consumo mensual de las familias, el 18% (9) realiza una compra mensual entre 10 a 15 libras, el otro 18% (9) de la población realiza una compra mensual entre 5 a 10 libras y el 14% (7) restante de la población realiza una compra de 1 a 5 libras mensual.

Gráfico 3. Compra mensual de frijoles

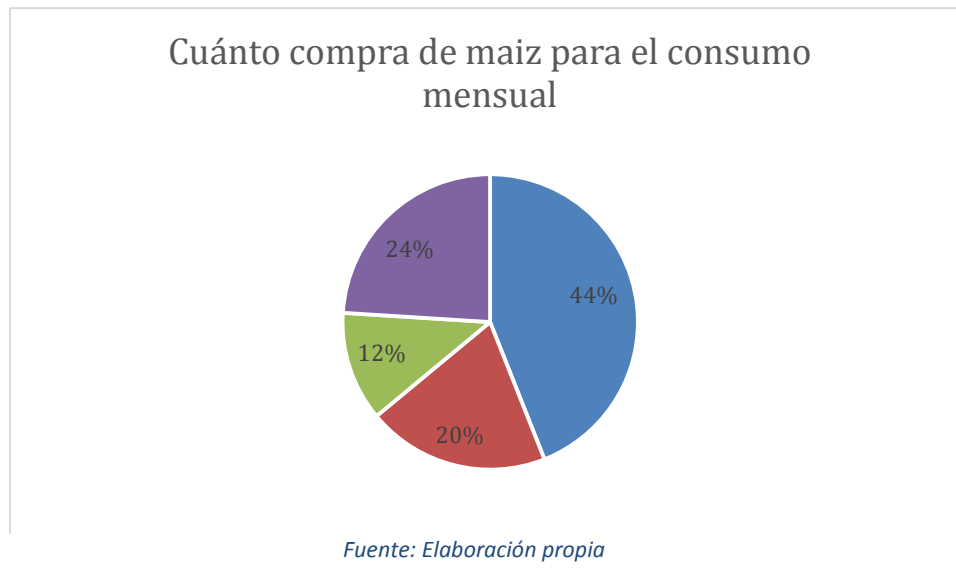


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad Estelí el 44% (22) de la población realiza una compra de 1 a 5 libras de maíz para el consumo mensual de las familias, el 20% (10) realiza una compra mensual entre 5 a 10 libras, el otro 12% (6) de la población realiza una compra mensual entre

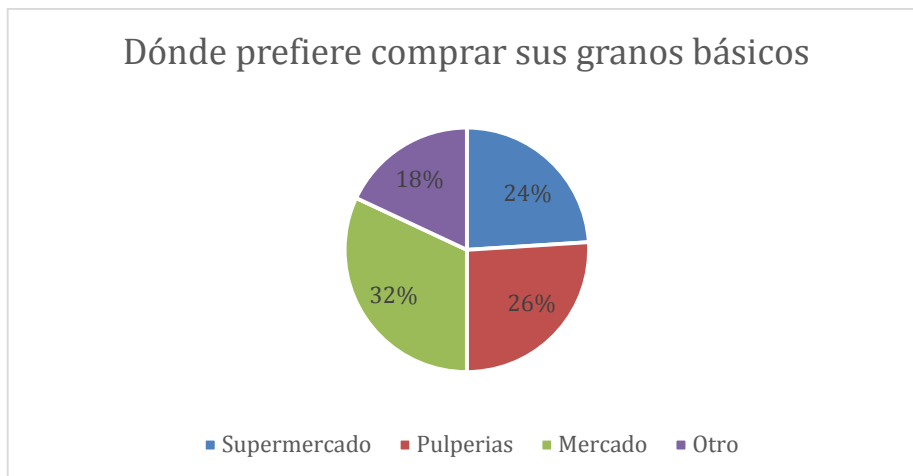
10 a 15 libras y el 24% (12) restante de la población realiza una compra mayor a 15 libras mensual.

Gráfico 4. Compra mensual de maíz



En el gráfico 5 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad Estelí el 32% (16) de la población encuestada expresó que prefería hacer sus compras en el mercado, otro 26% (13) de la población expresó que, en las pulperías, el 24% (12) prefería hacer sus compras en el supermercado y el 18% (9) restante de la población lo prefiere hacer en otro lugar. Esto nos indica que las personas prefieren comprar en el mercado, esto puede ser a que los precios que estos ofrecen son menores que otros intermediarios.

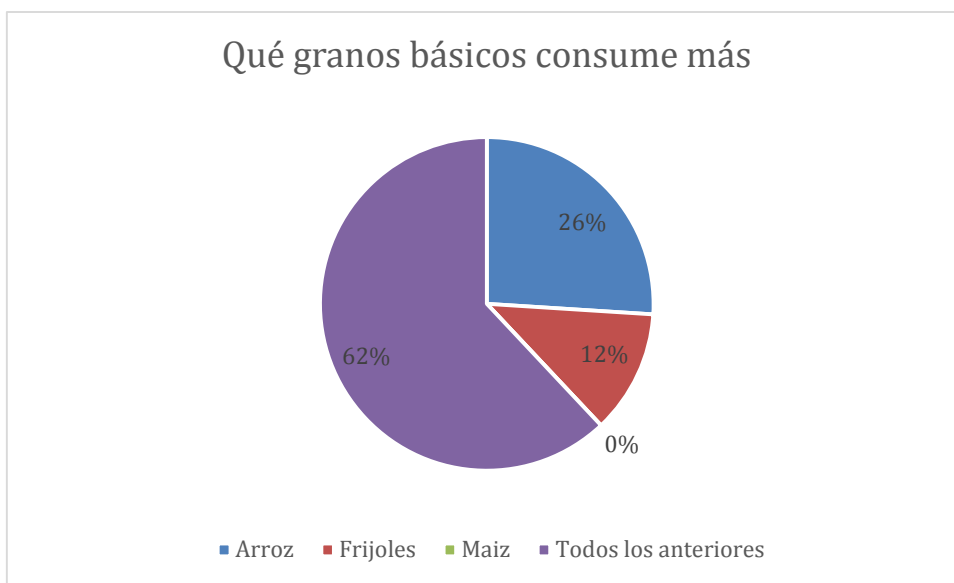
Gráfico 5. Lugares donde se puede comprar los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 6 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad Estelí el 62% (31) de las personas expresaron que los granos básicos más consumidos son todos, solo que el 26% (13) de la población dijo que el arroz es el grano que más se consumía y el otro 12% (6) de la población restante dijo que el frijol era el grano básico que más consumía.

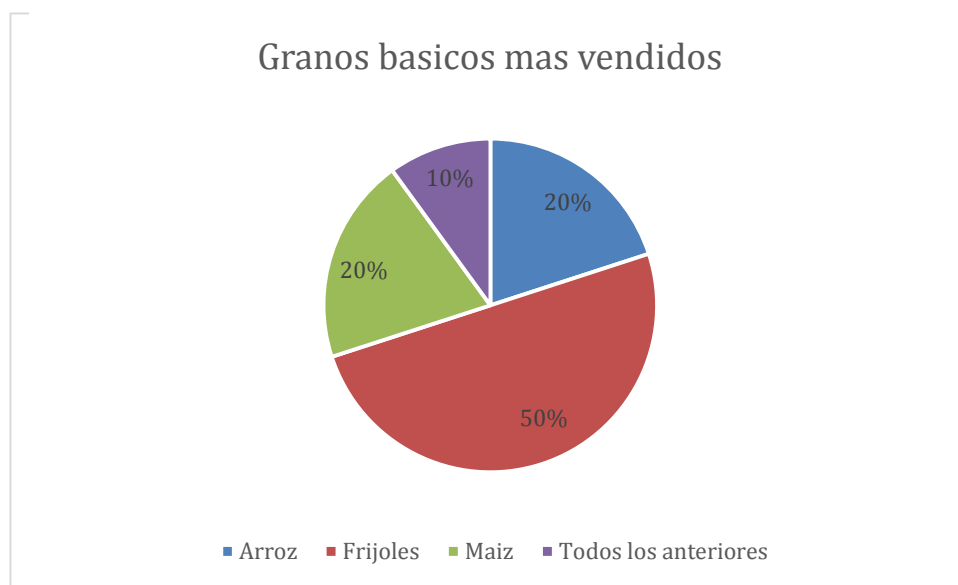
Gráfico 6. Granos básicos más consumidos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 7 de los 20 comerciantes encuestados en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad Estelí el 50% (10) de los comerciantes expresó que el grano más vendido es el frijol, el otro 20% (4) es para el arroz y con el mismo porcentaje el maíz 20% (4) y el 10% (2) restante dijo que todos los granos básicos eran los más vendidos, esto con el grafico anterior puede llevar a confundir o contradecir pero los consumidores pueden consumir productos de diferentes lugares mientras que los comerciantes ofrecen sus productos en el mercados nada más aquí también se puede observar el comportamiento de los productores ya que estos nos indican que están pasando por un excelente momento a la hora de vender los granos básicos ya que estos han presentados altas en sus precios ya que tienen muchos problemas a la hora de la cosecha por el clima les ha afectado mucho a la hora de la cosecha, por lo tanto el precio de los granos básicos a incrementado en las últimas fechas llevando con ello más ganancia para los productores.

Gráfico 7. Granos básicos más vendidos



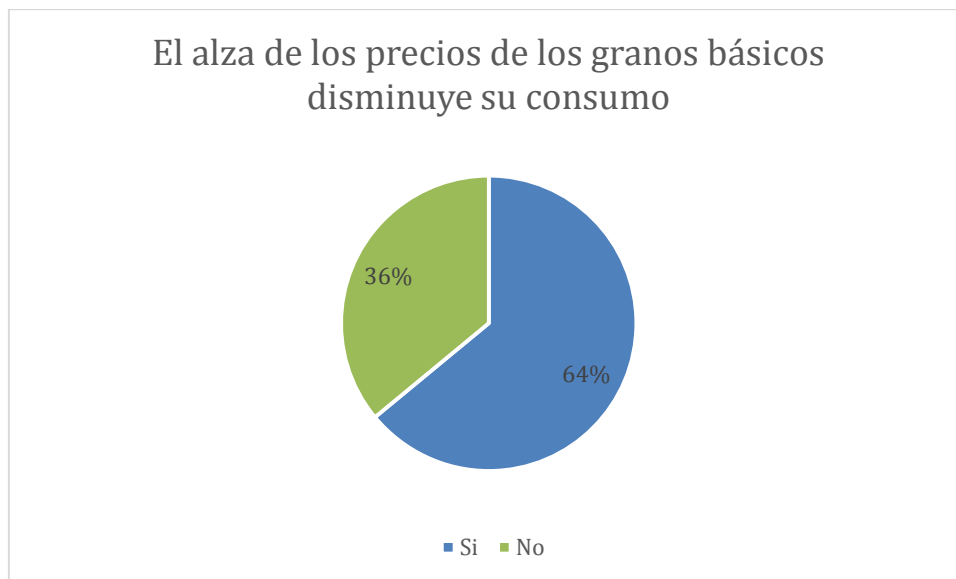
Fuente: Elaboración propia

10.1.2 Precios

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. (Arias A. S., 2016)

En el gráfico 8 una de las preguntas claves a las personas encuestadas es que, si el alza de los precios de los granos básicos afectaba o disminuía su consumo lo cual de las 50 personas encuestadas el 64% (32) de la población encuestada expreso que, si disminuía su consumo el alza de los precios, el otro 36% (18) dijo que no, ya que los consumidores se ven afectados por el alza de los precios disminuye su poder adquisitivo ya que los salarios con los que cuentas a duras penas les alcanza para lo mínimo y si hay un aumento en los precios de los granos básicos su poder adquisitivo y su consumo se ven afectados por este aunque hay un 36% (18) de la muestra que no presenta problemas a la hora de adquirir sus granos básicos a pesar del alza de estos mismos ya sea porque tienen un mejor salario y por ende tienen mayor poder adquisitivo.

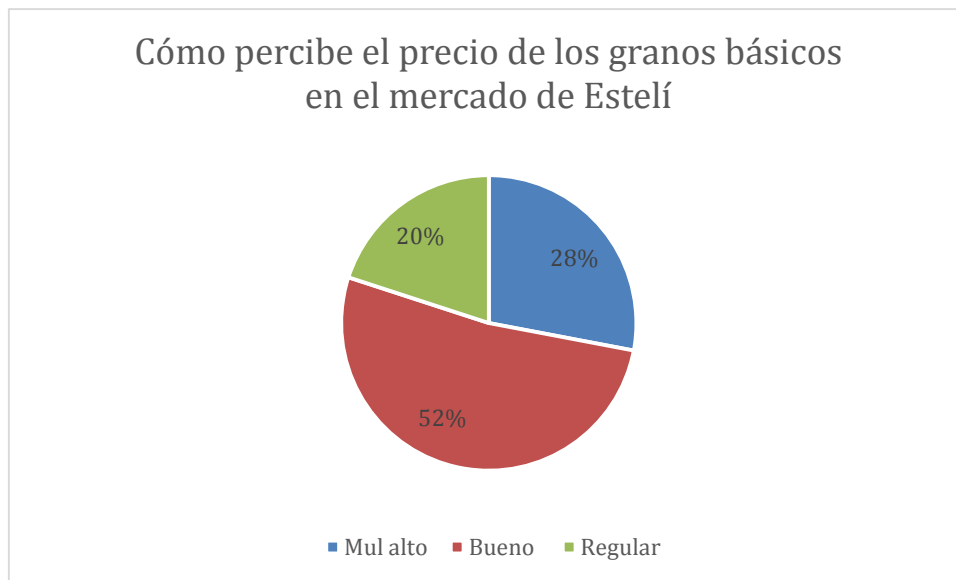
Gráfico 8. El precio de los granos básicos disminuye el consumo



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 9 el 52% (26) de la población encuestada percibe que los precios de los granos básicos en el mercado de Estelí son buenos, el 28% (14) de la población expresa que son muy altos y el 20% (10) restante dijo que los precios están regulares.

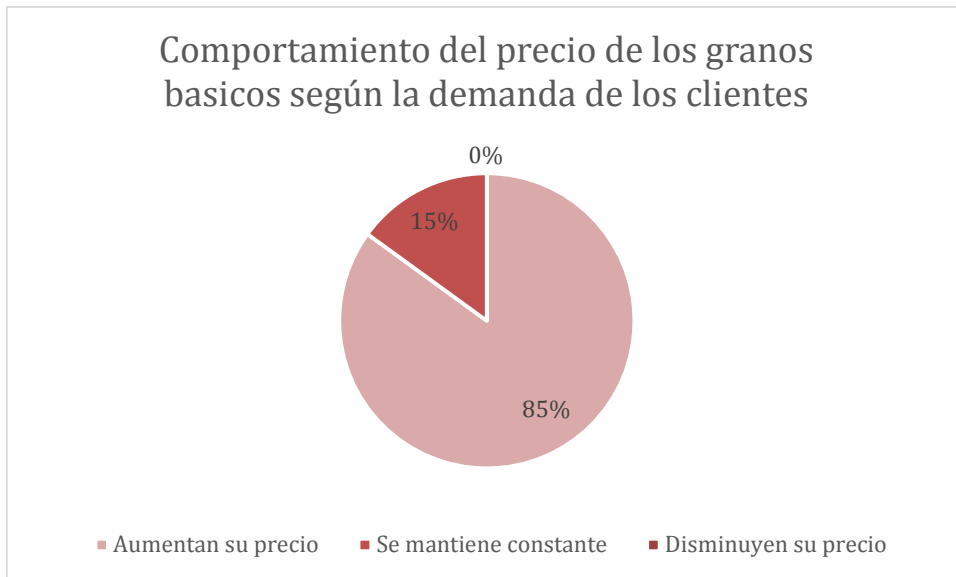
Gráfico 9. Percepción del precio de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 10 el 85% (17) de los comerciantes encuestados expresó que el comportamiento del precio de los granos básicos según la demanda del cliente aumenta su precio y el 15% (3) restante expresa que se mantiene constante.

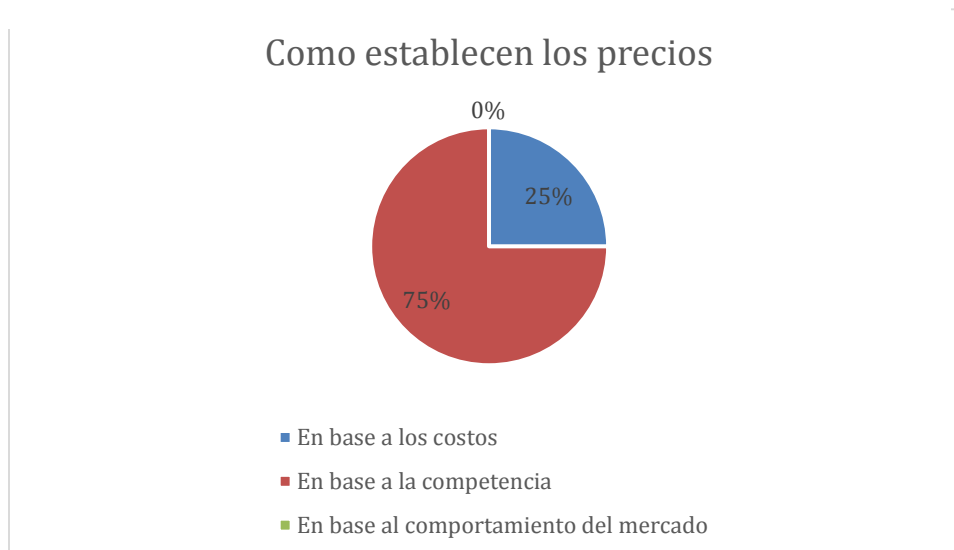
Gráfico 10. Comportamiento del precio de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 11 según los comerciantes encuestados el 75% (15) expresó que el precio de los granos básicos se establece en base a la competencia y el otro 25% (5) dijo que los precios se establecen en base a los costos, como bien sabemos las personas encuestadas son los comerciantes del mercado Alfredo Lazo por lo cual ellos están organizados en el área de los granos básicos por lo cual todos tienen que tener precios significativos de acuerdo a la competencia de los otros comerciantes y de los productores que llegan a venderles los granos.

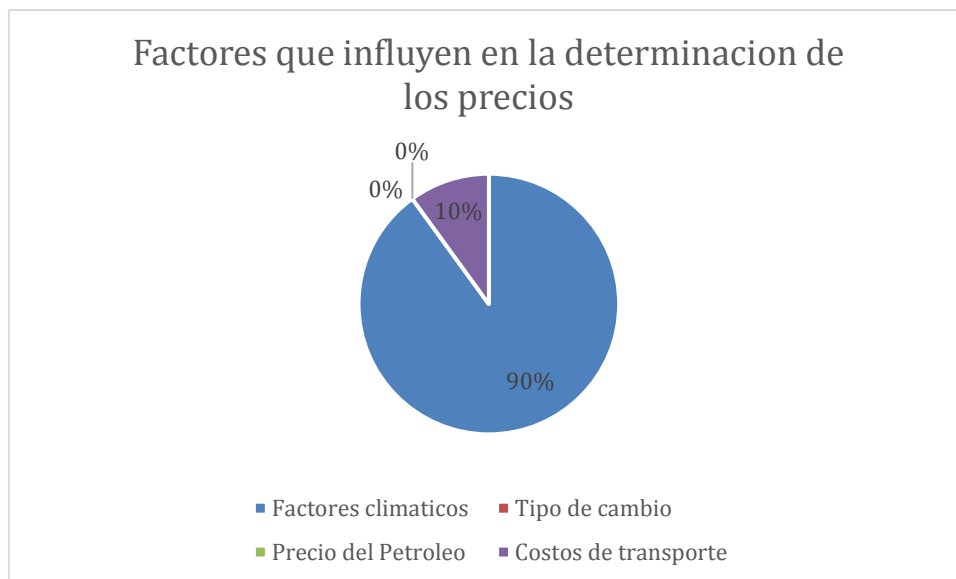
Gráfico 11. Establecimiento del precio



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 12 de los 20 comerciantes encuestados el 90% (18) expresó que el factor que más influye en la determinación de los precios es el factor climático y el otro 10% (2) restante expreso que el factor que más influye es el costo de transporte, expresan los comerciantes que el alza o disminución todo depende del clima porque es el único factor que puede estar a favor o en contra es el clima ya que como bien sabemos si el tiempo está a favor la producción es mayor y el precio puede disminuir y satisfacer a los consumidores mientras que si el tiempo está en contra la producción es menor y hace que el precio de los granos básicos aumente y es donde la población se queja del alza de los productos.

Gráfico 12. Factores de la determinación del precio

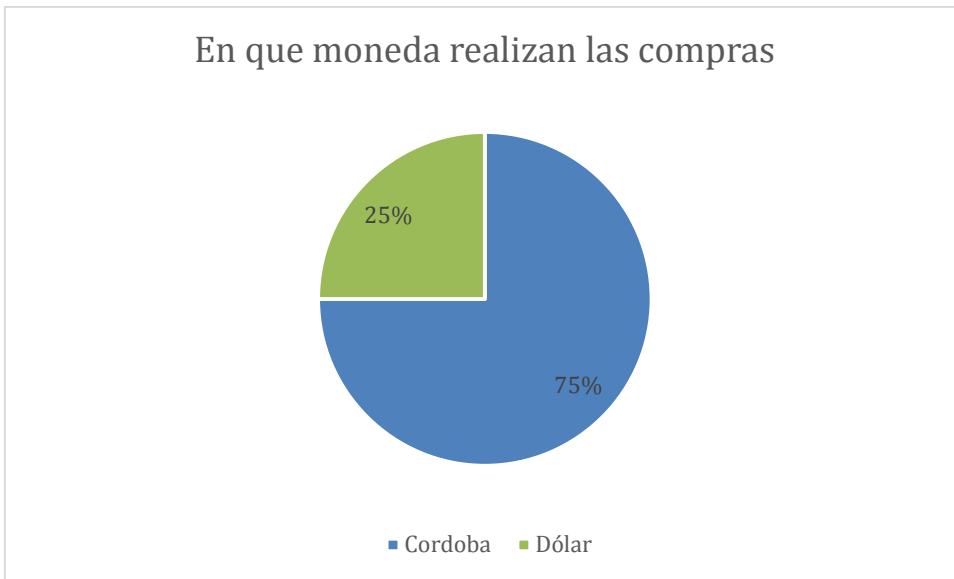


Fuente: Elaboración propia

10.1.3 Régimen Cambiario de Nicaragua

En el gráfico 13 el córdoba sigue siendo una moneda referencia nacional es por ello que de los comerciantes encuestados el 75% (15) expresó que sus compras las hacen en córdobas y solo un 25% (5) de los comerciantes realiza sus compras en dólar.

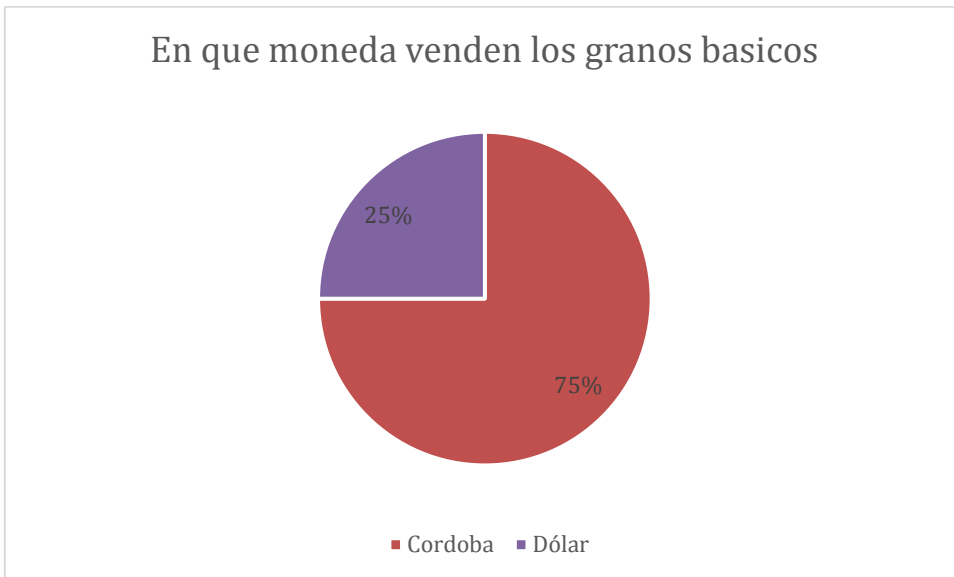
Gráfico 13. Tipo de moneda que realizan sus compras



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 14 la afluencia de compradores nacionales es lo más primordial en el mercado por lo cual los comerciantes expresan que sus ventas son el 75% (15) en córdobas y el 25% (5) en dólar este 25% (5) es de personas extranjeras o personas que reciben algún tipo de remesas que hacen sus compras en dólar.

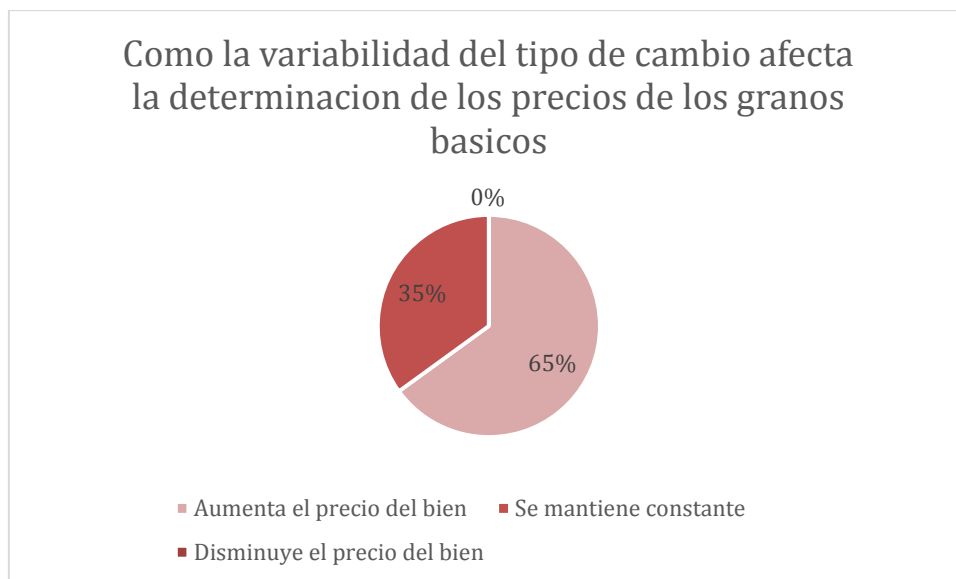
Gráfico 14. Tipo de moneda que realizan sus ventas



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 15 de los 20 comerciantes encuestados en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 65% (13) expresó que la variabilidad del tipo de cambio afecta en la determinación de los precios de los granos básicos ya que estos aumentan el precio y el otro 35% (7) dice que no afecta porque los precios se mantienen constantes.

Gráfico 15. Variabilidad del tipo de cambio



Fuente: Elaboración propia

10.2 Efectos del tipo de cambio en la variabilidad de los precios de los granos básicos

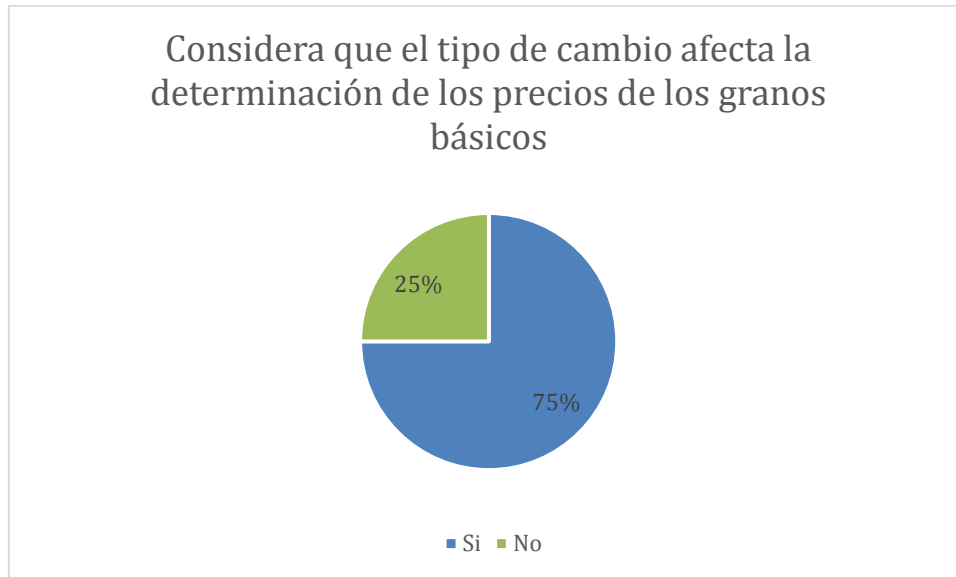
Algunos de los efectos del tipo de cambio en la variabilidad del precio de los granos básicos es el aumento de los precios donde esto viene a disminuir la compra y el consumo de estos, por lo que estos generan efectos negativos para los consumidores que optan por el consumo de los granos básicos.

10.2.1 Efectos del tipo de cambio en precios

En el gráfico 16 de los 20 comerciantes encuestados en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 75% (15) considera que el tipo de cambio afecta la determinación de los precios de los granos básicos ya que estos tienen un efecto

negativo el cual es el aumento del precio y el otro 25% (5) dice que no afecta porque los precios no tienen ningún tipo de efecto por lo cual se mantienen constantes.

Gráfico 16. Tipo de cambio en los precios



Fuente: Elaboración propia

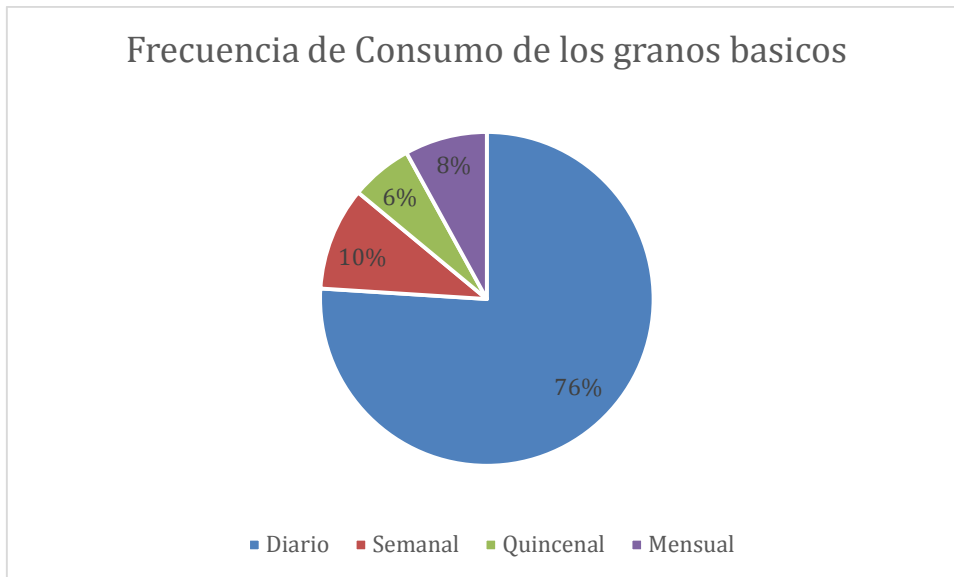
10.3 Variabilidad de los precios de los granos básicos

10.3.1 Consumo

El consumo es la acción por la cual se utilizan/usan, determinados productos, bienes y servicios. También se pueden consumir cuestiones abstractas, como por ejemplo la energía. (Noriega, 2021)

En el gráfico 17 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 76% (38) expresó que su frecuencia de consumo de granos básicos es Diario, como muy bien sabemos la base fundamental de la alimentación en Nicaragua son los granos básicos por lo cual se ve reflejado en este pequeño instrumento donde la mayoría de las personas tienen una frecuencia de consumo diaria y el 10% (5) de las personas encuestadas consumen los granos básicos semanal, el 8% (4) tiene un consumo mensual y el otro 6% (3) tiene un consumo quincenal.

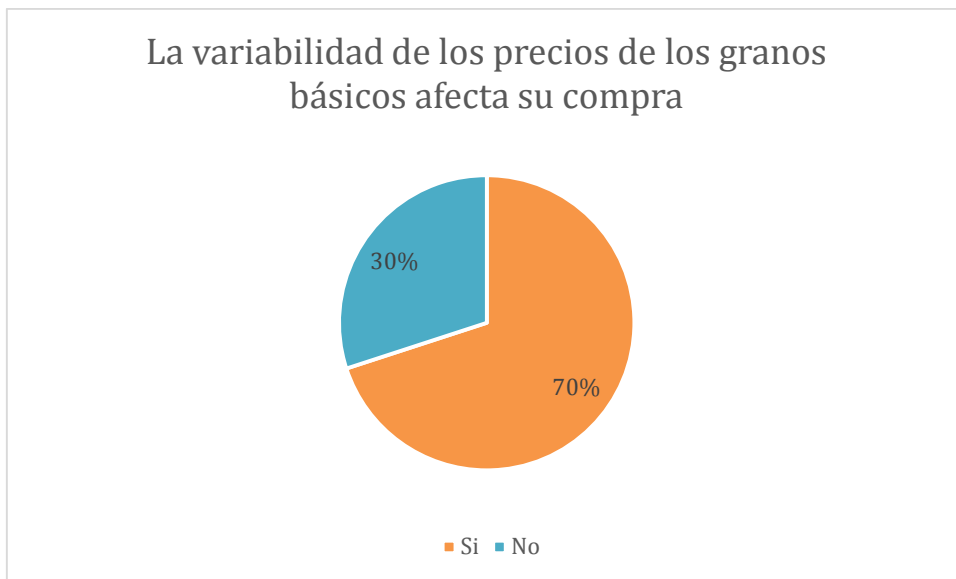
Gráfico 17. Frecuencia de consumo de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 18 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 70% (35) expresó que la variabilidad de los precios de los granos básicos afecta su compra ya que si hay variación en los precios esto puede llevar a tener muchos efectos negativos en la adquisición de estos y el otro 30% (15) dice que la variabilidad del precio no afecta su compra por que para ellos no se mueven mucho los precios de los productos.

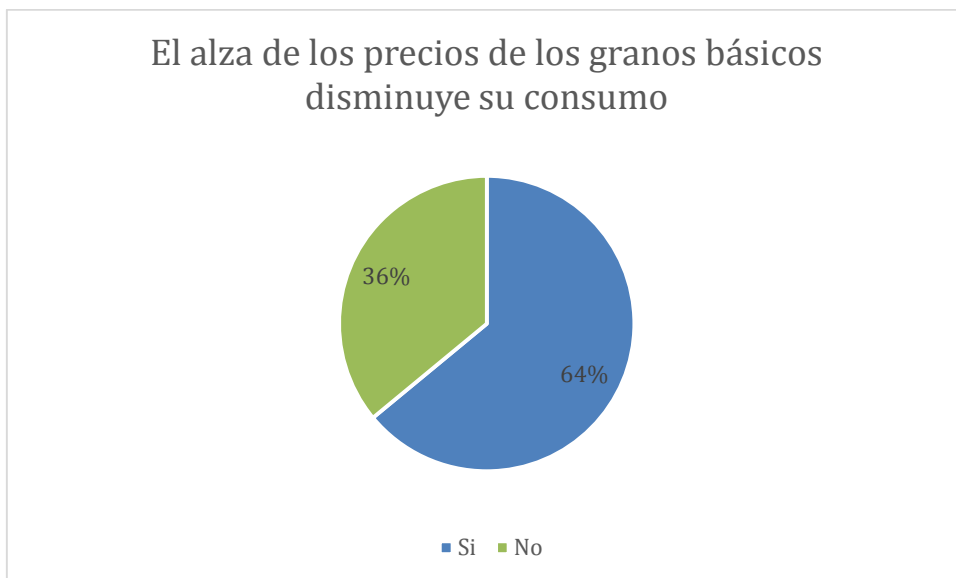
Gráfico 18. Variabilidad de los precios de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 19 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 64% (32) expresó que el alza de los precios de los granos básicos disminuye su consumo y el otro 36% (18) dice que el alza de los precios no disminuye su consumo.

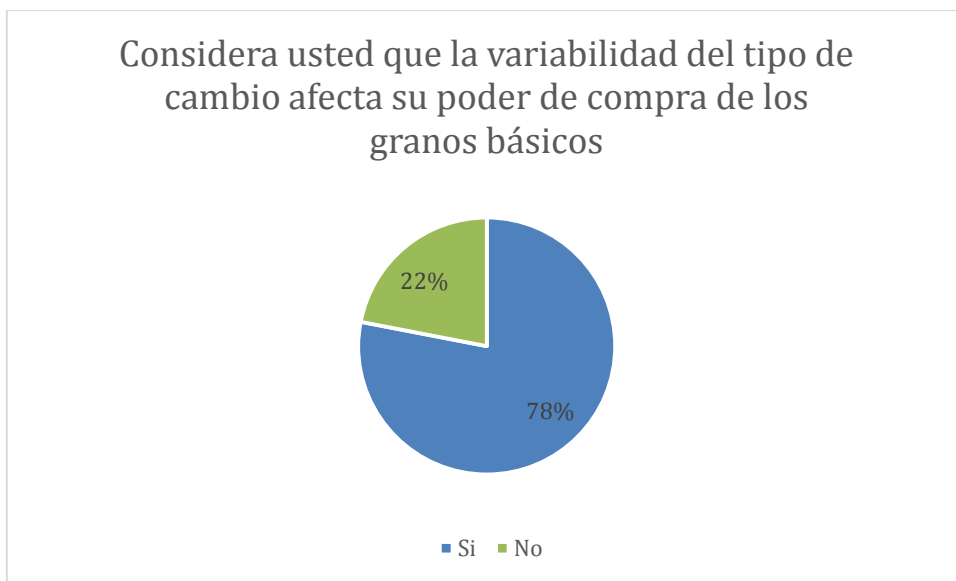
Gráfico 19. El consumo disminuye con el alza de los precios



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 20 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí el 78% (39) considera que la variabilidad del tipo de cambio afecta su poder de compra de los granos básicos ya que estos aumentan el precio y el otro 22% (11) dice que no afecta su poder de compra porque los precios se mantienen constantes.

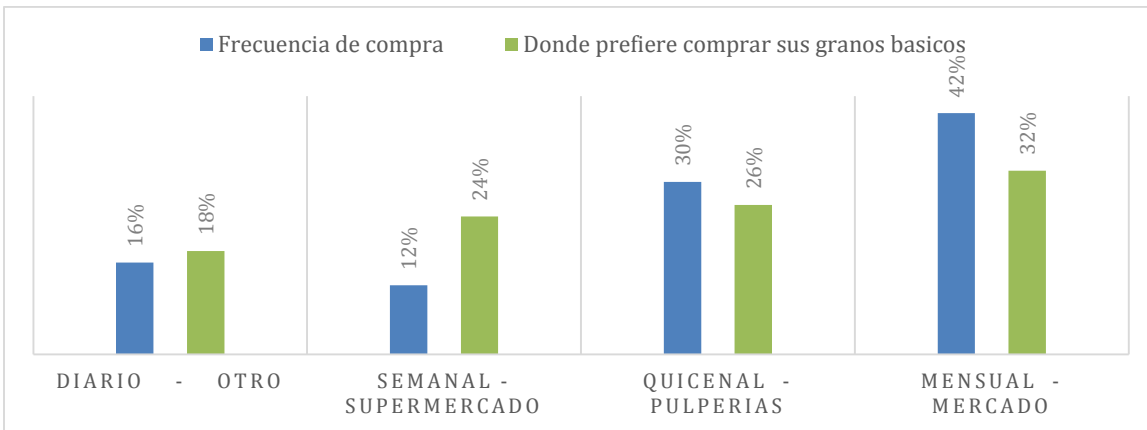
Gráfico 20. Poder de compra de los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 21 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí expresaron que el 16% (8) y el 18% (9) prefieren hacer sus compras diario y en otro lugar, el 12% (6) y el 24% (12) prefieren hacer sus compras semanal y en el supermercado, el 30% (15) y el 26% (13) prefieren hacer sus compras quincenal y en las pulperías, mientras que el 42% (20) y el 32% (16) realizan sus compras mensual y en el mercado Alfredo Lazo, ya que estos insiste en decir que los precios en el mercado son menores que en cualquier otro lugar y que su poder adquisitivo aumenta al haber precios más favorables y así tener un nivel de satisfacción mayor al adquirir una mayor cantidad de los granos básicos que puedan sustentar a sus familias.

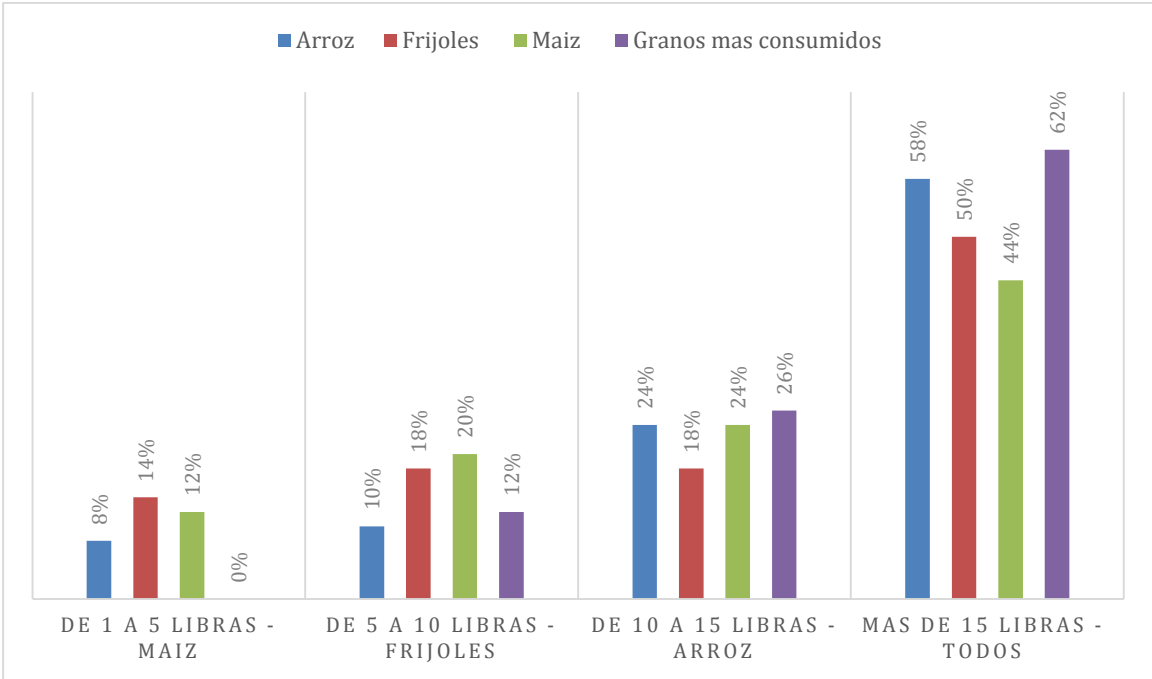
Gráfico 21. Frecuencia de compra y donde prefieren comprar los granos básicos



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 22 de las 50 personas encuestadas en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí expresaron que el 8% (4), 12% (6) y 14% (7) compran de 1 a 5 libras de maíz mensual, el 10% (5), 18% (9) y 20% (10) compran de 5 a 10 libras de frijoles mensual, el 18% (9), y 24% (12) compran de 10 a 15 libras de arroz mensual, el 44% (22), 50% (25) y 58% (29) compran más de 15 libras al mes, recalcando que de los 50 encuestados expresan que todos los granos básicos son los más consumidos con un 62% (31), el menos consumido el maíz con 0%, los frijoles con un 12% (6) y el arroz con un 26% (13) esto nos lleva a analizar la teoría del consumidor y su nivel de satisfacción al adquirir estos granos básicos ya que de los granos básicos los que tiene menor precio son el arroz y el maíz, podemos observar que son los más consumidos, a diferencia del maíz que a pesar de tener un precio menor los habitantes no lo consumen mucho ya que este no les brinda un grado de satisfacción tan alto al adquirirlo como se los da el arroz y el frijol.

Gráfico 22. Compra mensual de maíz, frijoles, arroz y granos más consumidos



Fuente: Elaboración propia

11. Análisis FODA

Para lograr los objetivos planteados se realizó un análisis FODA, ya que este permitirá conformar la situación actual que enfrentan los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí, permitiendo de esta manera realizar un diagnóstico preciso que permita en función de ello formular las estrategias para desarrollar un plan y darle salida de una forma alterna y mejorar dichas situaciones.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los productos • Excelente ubicación Geográfica • Excelente atención y relación con los clientes • Seguridad en los tramos • Vendedores con alto nivel académico 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de crédito • Aumento del comercio • Crecimiento de la demanda de los productos • Comercialización de los productos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversión en infraestructura • Espacios de venta reducidos • Utilización de intermediarios • Determinación de los precios de los granos básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático • Nuevos competidores intermediarios • Costos de transporte • Especulaciones de los precios

12. Propuestas Estratégicas.

Los comerciantes y consumidores se enfrentan a muchas dificultades esto se debe a los riesgos inherentes de los granos básicos, desde el clima impredecible hasta los altos precios de los productos.

Pensando en todas las dificultades de los consumidores y comerciantes se plantean las siguientes estrategias para que se pueda lograr una viabilidad de comercialización de sus productos y lograr una buena determinación de los precios.

Estrategia No 1: Mejorar el nivel económico de las familias económicamente activas de la ciudad de Estelí

Objetivo: Dinamizar el comercio, la calidad de vida e ingreso de las familias Estelianas

Acciones: A través del ministerio de economía familiar fortalecer la capacidad de acceso a microcréditos a las personas económicamente activas de Estelí igualmente gestionar con instituciones públicas y privadas la creación de talleres de oficio con el propósito de capacitar a las personas para generar herramientas de inversión económica.

Estrategia No 2: Incentivar a los pequeños y medianos productores

Objetivo: Fortalecer el sistema de producción de los granos básicos

Acciones: El gobierno de reconciliación y unidad nacional a través de las autoridades del sistema de producción, consumo y comercio entregar bonos de semilla y herramientas para facilitar la producción.

Estrategia No 3: Financiamiento para mejorar la infraestructura y espacio de los tramos de venta en el mercado Alfredo Lazo.

Objetivo: Mejorar la calidad de venta de los comerciantes hacia los consumidores

Acciones: El gobierno de reconciliación y unidad nacional articulado con las alcaldías del poder ciudadano mejorar la infraestructura del mercado de igual manera realizar la mejora con el espacio necesario para la venta de los productos.

Estrategia No 4: Regular la determinación de los precios de los granos básicos

Objetivo: Evitar que los intermediarios determinen los precios del mercado

Acciones: A través del gobierno de reconciliación y unidad nacional fiscalizar la venta y compra de los intermediarios que compran y venden productos sin ninguna regulación.

Estrategia No 5: Realización de ferias familiares de granos básicos accesibles a toda la población.

Objetivo: Mejorar la comercialización de los granos básicos para la generación de Ingresos

Acciones: A través del ministerio de economía familiar en conjunto con las alcaldías del poder ciudadano realizar ferias familiares de venta de granos básicos a precios justos y accesibles para las familias estelianas.

13. Conclusiones

Los objetivos y preguntas de investigación planteados, lograron cumplirse a través de la aplicación de los instrumentos, así de igual manera se obtuvo la validación de la hipótesis.

Las principales consecuencias en los precios de los granos básicos son las siguientes, la variabilidad de los precios afecta el poder de compras de los granos básicos a las familias económicamente activas de la ciudad de Estelí ya que con la variabilidad el precio de los granos básicos aumenta y esto hace que las familias disminuyan su consumo y para los comerciantes les afecta en la comercialización de los granos básicos.

El factor más determinante en la determinación del precio de los granos básicos que se ofrecen en el mercado Alfredo Lazo de la ciudad es el factor climático que como sabemos este es un factor determinante para la cosecha de los granos básicos y que dependen de ellos para poder cosechar y como segundo factor tenemos el costo de transporte que los productores asumen para poder llevar los granos básicos desde sus parcelas hasta el mercado, también hay 2 factores que también repercuten en la determinación de los precios los cuales son: Las especulaciones y los intermediarios de los productos.

La frecuencia de consumo de las familias económicamente activas de Estelí que fueron encuestas el 76% consume los granos básicos diariamente esto debido a que la alimentación de las familias estelianas más del 60% se basa en el consumo de los granos básicos.

En la frecuencia de compra de las familias esta se concentra en la forma de pago que tienen las familias en los diferentes centros de trabajo y dependiendo del sector al que pertenezcan por lo que el 42% de la población encuestada tiene una frecuencia de compra mensual, el otro 30% tiene una frecuencia quincenal, un 16% de manera diaria y un 12% de manera semanal.

Tomando en cuenta el panorama general de la situación tanto de los comerciantes como consumidores se realizaron y propusieron estrategias económicas con el fin de mejorar la situación real que atraviesan los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo de la ciudad de Estelí, al aplicar las estrategias sugeridas anteriormente podemos definir que los consumidores y comerciantes lograron mejorar el proceso de determinación de los precios y mejorar la calidad y cantidad de los granos básicos producidos donde todo esto vendrá a dinamizar la economía del país.

La hipótesis que se planteó en esta investigación es que la variabilidad de los precios y el tipo de cambio afecta negativamente el consumo de los granos básicos, según los resultados obtenidos de las distintas encuestas aplicadas a los consumidores y comerciantes del mercado Alfredo Lazo la hipótesis de investigación se comprueba, debido a que la variabilidad de los precios está afectando de manera muy negativa el consumo de los granos básicos.

14. Recomendaciones

Siendo una investigación orientada a las familias económicamente activas de la ciudad de Estelí como también a los comerciantes del mercado Alfredo Lazo resulta muy importante seguir con las recomendaciones siguientes:

Sugerimos a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua / UNAN Managua de igual manera a los estudiantes de la universidad continuar con investigaciones que puedan evidenciar el efecto en el consumo de los granos básicos por las variaciones de los precios y el tipo de cambio.

Al gobierno de reconciliación y unidad nacional articulado con el ministerio de economía familiar y el sistema de producción consumo y comercio formular programas, proyectos y estrategias que mitiguen la variación del precio de los granos básicos.

Al ministerio de economía familiar y comunitaria realizar una fiscalización para la regulación de los comerciantes en el asunto de la determinación de los precios de los granos básicos.

A la alcaldía del poder ciudadano del municipio de Estelí, invertir en la infraestructura del mercado Alfredo Lazo ya que el espacio de los comerciantes es muy reducido para la comercialización de los productos y la infraestructura actual no cuenta con todas las condiciones.

A los productores evitar vender los granos básicos a intermediarios ya que les compran muy baratos sus granos y los intermediarios solo buscan comprar barato y revender caro a los comerciantes.

A los consumidores tratar de investigar muy bien los precios antes de comprar los productos y aprovechar las ferias familiares impulsadas por el ministerio de economía familiar ya que se encuentran productos a precios justos y accesibles para todas las familias.

15. Referencias bibliográficas

- Arias Sevilla, A. (01 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/economia.html>
- Arias, A. S. (29 de Enero de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/precios>
- Arias, J. (2010). *Instituto Interoamericano de Cooperacion para la Agricultura*. Obtenido de Instituto Interoamericano de Cooperacion para la Agricultura:
<http://repiica.iica.int/docs/B2175e/B2175e.pdf>
- Balassa, B. (s.f.). *The World Bank, Washintong D, C.* . Obtenido de The World Bank, Washintong D, C. :
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/145286/Efectos-de-variaciones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- BCN. (Diciembre de 2022). *Banco central de Nicaragua*. Obtenido de Banco central de Nicaragua:
<https://www.bcn.gob.ni/pol%C3%ADtica-monetaria-y-cambiaria>
- Briseño, C. (2020). *De conceptos*. Obtenido de De conceptos: <https://deconceptos.com/ciencias-naturales/grano>
- Canales, A. M. (Febrero de 2016). *Analisis del Comportamiento de la Produccion Y Consumo*. Obtenido de Analisis del Comportamiento de la Produccion Y Consumo:
<https://repositorio.unan.edu.ni/8022/1/16904.pdf>
- Edufinet. (2005). *Educacion Financiera*. Obtenido de Educacion Financiera:
<https://www.edufinet.com/inicio/indicadores/economicos/que-es-el-tipo-de-cambio>
- Flores, J. L. (7 de Diciembre de 2016). *Marketing*. Obtenido de Marketing:
<https://marketinglink.up.edu.pe/>
- Galan, J. S. (2 de Marzo de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/consumidor>

- García, F. (Agosto de 2015). *Revista CEPAL 116*. Obtenido de Revista CEPAL 116:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38790/1/RVE116GarciaSolanes_es.pdf
- Gotuzzo, R. P. (1 de Marzo de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/disenio-metodologico-de-una-investigacion/>
- Idrovo, B. (Diciembre de 2015). *Banco central de Nicaragua*. Obtenido de Banco central de Nicaragua.
- López, P. (29 de Septiembre de 2020). *Coursehero*. Obtenido de Coursehero:
<https://www.coursehero.com/file/pb96vg7/>
- Lopez, P. L. (1993). *Scielo*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.bo/>
- Lopez, S. (Diciembre de 2017). *La productividad de los Granos Basicos en Nicaragua*. Obtenido de La productividad de los Granos Basicos en Nicaragua :
<file:///C:/Users/hp/Downloads/Lopez-Gonzalez%20Alvaro.pdf>
- Noriega, E. (5 de Agosto de 2021). *Concepto de consumo*. Obtenido de Concepto de consumo:
<https://concepto.de/consumo/>
- Ortega, C. (2017). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>
- Pastora, M. (23 de Mayo de 2017). *Blog agricultura*. Obtenido de Blog agricultura.
- Perez Porto, G. (16 de Diciembre de 2015). *Definicion de arroz*. Obtenido de Definicion de arroz:
<https://definicion.de/arroz/>
- Porto, G. (5 de Diciembre de 2018). *Definicion de maiz*. Obtenido de Definicion de maiz:
<https://definicion.de/maiz/>
- Porto, P. (26 de Julio de 2021). *Definicion de Frijol*. Obtenido de Definicion de Frijol:
<https://definicion.de/frijol/>
- Rivera, A. (2017). *Enciclopedia Economica*. Obtenido de Enciclopedia Economica:
<https://enciclopediaeconomica.com/>

Tovar, P. (10 de Abril de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/teoria-productor/>

16. Anexos

Instrumento I



Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Encuesta Dirigida a Consumidores

Estimado Consumidor. (a), Somos estudiantes de V año de la carrera de Economía de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM Estelí).

Estamos realizando esta encuesta con el objetivo de analizar el impacto del tipo de cambio en la variabilidad de los precios de los granos básicos y su efecto en el consumo de las familias Estelianas.

Solicitamos de su colaboración para el llenado de la presente encuesta, agradeciéndole de ante mano por facilitarnos dicha información.

1. Datos Generales

1.1 Edad

- De 21 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50

De 51 a 60

Más de 61 años

1.2 Sexo

Femenino

Masculino

1.3 Nivel Educativo

Primaria

Secundaria

Universidad

2. Caracterización Económica

2.1 Nivel de Ingreso

Entre C\$ 5,000 a C\$10,000

Entre C\$ 10,000 a C\$ 17,000

Entre C\$ 17,000 a C\$ 20,000

De C\$ 20,000 a mas

2.2 ¿Recibe otros ingresos como por ejemplo remesas?

Si

No

Si su respuesta fuese sí en que moneda las recibe

Dólar

Euro

Córdobas

2.3 Nivel de Ahorro

Ninguno

- Entre el 1% y el 5%
- Entre el 5% y el 10% de los Ingresos
- Más del 10%

2.4 En que destina su Ingreso (Indicar porcentaje)

- Salud ()
- Educación ()
- Bienes de Consumo Básico ()
- Bienes de Lujo ()

3. Granos Básicos

3.1 ¿Qué porcentaje de su ingreso destina al consumo de granos básicos?

- Respuesta abierta:

3.2 ¿Qué granos básicos consume más?

- Arroz
- Frijoles
- Maíz
- Todos los Anteriores

3.3 ¿Con que frecuencia compra los Granos Básicos?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
-

Mensual

3.4 ¿Con que frecuencia consume los Granos Básicos?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

3.5 ¿Cuánto compra de Arroz para el consumo mensual?

- De 1 a 5 Libras
- De 5 a 10 Libras
- De 10 a 15 libras
- Más de 15 libras

3.6 ¿Cuánto compra de Frijol para el consumo mensual?

- De 1 a 5 Libras
- De 5 a 10 Libras
- De 10 a 15 libras
- Más de 15 libras

3.7 ¿Cuánto compra de Maíz para el consumo mensual?

- De 1 a 5 Libras
- De 5 a 10 Libras
- De 10 a 15 libras
-

Más de 15 libras

3.8 ¿Dónde prefiere comprar sus granos básicos?

- Supermercado
- Pulperías
- Mercado
- Otro

4. Precio

4.1 ¿Cuándo compra sus granos básicos la compra de acuerdo a?

- Precio
- Calidad
- Presentación del Producto

4.2 Si compra los granos básicos de acuerdo al precio, como prefiere el precio de los Granos

- Menor al precio normal (Rebajas)
- Al precio normal
- Mayor al precio (Compra de Acuerdo a la Calidad)

4.3 ¿Cómo percibe el precio de los Granos Básicos en el Mercado de Estelí?

- Muy Alto
- Bueno
- Regular

4.4 ¿La variabilidad de los precios de los Granos Básicos afecta su compra?

- Si
- No

4.5 ¿El alza de los precios de los Granos Básicos disminuye su consumo?

- Si
- No

4.6 ¿Considera usted que la variabilidad del tipo de cambio afecta su poder de compra de los granos básicos?

- Si
- No

Instrumento II



Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Encuesta Dirigida a Comerciantes

Estimado, (a) comerciante, Somos estudiantes de V año de la carrera de Economía de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM Estelí).

Estamos realizando esta encuesta con el objetivo de analizar el impacto del tipo de cambio en la variabilidad de los precios de los granos básicos y su efecto en el consumo de las familias Estelianas.

Solicitamos de su colaboración para el llenado de la presente encuesta, agradeciéndole de ante mano por facilitarnos dicha información.

1. Datos Generales

1.1 Edad

- De 21 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- De 51 a 60
- Más de 61 años

1.2 Sexo

- Femenino
- Masculino

1.3 Nivel Educativo

- Primaria
- Secundaria
- Universidad

2. Caracterización Económica

2.1 Nivel de ingresos por venta mensual

- Entre C\$ 30,000 a C\$40,000
- Entre C\$ 40,000 a C\$ 50,000
- Entre C\$ 50,000 a C\$ 60,000
- De C\$ 60,000 a más

2.2 Número de trabajadores

- De 1 a 5
- De 5 a 10
- Más de 10

2.3 Porcentaje de utilidades o ganancias sobre ventas

- De 10% a 20%
- De 20 a 30%
- De 30 a 40%
- Más de 40%

2.4 Como financia su actividad económica

- Fondo propios
- Crédito
- Remesas

2.5 ¿Si usted accede a crédito ¿en qué moneda son desembolsados?

- Córdobas
- Dólar
- Otros

2.6 ¿Utiliza algún tipo de control contable para su negocio?

- Si
- No

¿Cual?

2.7 ¿Está registrado su negocio?

Si

No

Si es No, ¿Porque?

3. Granos Básicos

3.1 ¿Cuáles de los granos básicos son los más vendidos?

Arroz

Frijoles

Maíz

Todos los Anteriores

3.2 ¿Cuánto es la venta de arroz mensual en su tramo?

Respuesta Abierta:

Cantidad:

Unidades Monetarias:

3.3 ¿Cuánto es la venta de frijol mensual en su tramo?

Respuesta Abierta:

Cantidad:

Unidades Monetarias:

3.4 ¿Cuánto es la venta de maíz mensual en su tramo?

Respuesta Abierta:

Cantidad:

Unidades Monetarias:

3.5 ¿Qué factores influyen en el nivel de ventas de los granos básicos?

- Precio
- Calidad
- Presentación
- Atención al cliente

3.6 ¿Cómo es el comportamiento de los Granos Básicos según la demanda de los clientes?

- Aumentan su precio
- Se Mantienen constante
- Disminuyen sus precios
- Otro

4. Precio

4.1 ¿Cómo establecen los precios?

- En base a los costos
- En base a la competencia
- En base al comportamiento del mercado

Otros:

4.2 ¿Qué factores influyen en la determinación de los precios?

- Factores Climáticos
- Tipo de Cambio (Valor del Dólar)
- Precio del Petróleo
- Costos de Transporte
- Otros:

4.3 ¿En qué moneda realizan las compras de los granos básicos?

- Córdobas
- Dólar
- Otro

4.4 ¿En qué moneda venden los granos básicos?

- Córdobas
- Dólar
- Otro

4.5 ¿Considera que el tipo de cambio afecta la determinación de los precios de los granos básicos?

- Si
- No

4.6 ¿Cómo la variabilidad del tipo de cambio afecta la determinación de los precios?

- Aumenta el precio

Se mantiene constante

Disminuye el precio

4.7 Si la venta de sus productos excede a las 10 Lb, como es su estrategia de venta en base al precio.

Vender a un precio menor que lo normal (Rebajas)

Vender al precio normal

Vender a un precio mayor (Venta de Acuerdo a la Calidad)

Tablas Instrumento Consumidores

Tabla 1. Edad

Respuestas	Edad
De 21 a 30 años	33
De 31 a 40 años	6
De 41 a 50 años	6
De 51 a 60 años	4
Mas de 61 años	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Genero

Respuestas	Genero
Masculino	26
Femenino	24

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Nivel Educativo

Respuestas	Nivel Educativo
Primaria	1
Secundaria	6
Universidad	43

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Nivel de Ingresos

Respuestas	Nivel de ingresos
Entre 5000 a 10000	28
Entre 10000 a 17000	16
Entre 17000 a 20000	4
De 20000 a mas	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Recibe Remesas

Respuestas	Recibe remesas
Si	24
No	26

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Moneda en que recibe remesas

Respuestas	Si su respuesta es sí en que moneda
Dólar	21
Euro	3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Nivel de Ahorros

Respuestas	Nivel de ahorro
Ninguno	22
Entre el 1% al 5%	18
Entre el 5% al 10%	7
Mas de 10%	3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Frecuencia de Compra

Respuestas	Frecuencia de compra
Diario	8
Semanal	6
Quincenal	15
Mensual	21

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Frecuencia de consumo

Respuestas	Frecuencia de consumo
Diario	38
Semanal	5
Quincenal	3
Mensual	4

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Granos básicos más consumidos

Respuestas	Qué granos básicos consume más
Arroz	13
Frijoles	6
Maiz	0
Todos los anteriores	31

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Compra de maíz mensual

Respuestas	Cuánto compra de maíz para el consumo mensual
De 1 a 5 Libras	22
De 5 a 10 Libras	10
De 10 a 15 Libras	6
Mas de 15 Libras	12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Compra de arroz mensual

Respuestas	Cuánto compra de arroz para el consumo mensual
De 1 a 5 Libras	4
De 5 a 10 Libras	5
De 10 a 15 Libras	12
Mas de 15 Libras	29

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Compra de frijol mensual

Respuestas	Cuánto compra de frijol para el consumo mensual
De 1 a 5 Libras	7
De 5 a 10 Libras	9
De 10 a 15 Libras	9
Mas de 15 Libras	25

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Donde comprar los granos básicos

Respuestas	Dónde prefiere comprar sus granos básicos
Supermercado	12
Pulperias	13
Mercado	16
Otro	9

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Compra de granos básicos

Respuestas	Cuándo compra sus granos básicos los compra de acuerdo a
Precio	16
Calidad	34

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Precio de los granos básicos

Respuestas	Cómo percibe el precio de los granos básicos en el mercado de Estelí
Muy alto	14
Bueno	26
Regular	10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Variabilidad de los precios

Respuestas	La variabilidad de los precios de los granos básicos afecta su compra
Si	35
No	15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Alza de los precios

Respuestas	El alza de los precios de los granos básicos disminuye su consumo
Si	32
No	18

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Variabilidad del tipo de cambio

Respuestas	Considera usted que la variabilidad del tipo de cambio afecta su poder de compra de los granos básicos
Si	39
No	11

Fuente: Elaboración propia

Tablas Instrumento de Comerciantes

Tabla 20. Edad

Respuestas	Edad
De 21 a 30 años	3
De 31 a 40 años	13
De 41 a 50 años	2
De 51 a 60 años	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Genero

Respuestas	Genero
Femenino	2
Masculino	18

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Nivel Educativo

Respuestas	Nivel educativo
Primaria	14
Secundaria	4
Universidad	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Nivel de Ingresos

Respuestas	Nivel de ingreso por venta mensual
Entre 30000 a 40000	2
Entre 40000 a 50000	7
Entre 50000 a 60000	9
De 60000 a mas	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Utilidad o ganancia

Respuestas	Porcentaje de utilidades o ganancias sobre ventas
De 10% a 20%	18
De 20% a 30%	2
De 30% a 40%	0
Mas de 40%	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Como financia la actividad económica

Respuestas	Como financia la actividad económica
Fondos propios	18
Crédito	2
Remesas	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Algún tipo de control contable

Respuestas	Utiliza algún tipo de control contable
Si	8
No	12

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Granos básicos más vendidos

Respuestas	Granos básicos mas vendidos
Arroz	4
Frijoles	10
Maiz	4
Todos los anteriores	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Factores que influyen en el nivel de ventas

Respuestas	Factores que influyen en el nivel de ventas
Precio	8
Calidad	9
Presentacion	2
Atencion al cliente	1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Comportamiento del precio de los granos básicos

Respuestas	Comportamiento del precio de los granos básicos según la demanda de los clientes
Aumentan su precio	17
Se mantiene constante	3
Disminuyen su precio	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Como se establecen los precios

Respuestas	Como establecen los precios
En base a los costos	5
En base a la competencia	15
En base al comportamiento del mercado	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Factores que influyen en la determinación de los precios

Respuestas	Factores que influyen en la determinación de los precios
Factores climaticos	18
Tipo de cambio	0
Precio del Petroleo	0
Costos de transporte	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Moneda que realizan las compras

Respuestas	En que moneda realizan las compras
Cordoba	15
Dólar	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Moneda que realizan las ventas

Respuestas	En que moneda venden los granos básicos
Cordoba	15
Dólar	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. El tipo de cambio afecta la determinación de los precios

Respuestas	Considera que el tipo de cambio afecta la determinación de los precios de los granos básicos
Si	15
No	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Variabilidad de los precios

Respuestas	Como la variabilidad del tipo de cambio afecta la determinación de los precios de los granos básicos
Aumenta el precio del bien	13
Se mantiene constante	7
Disminuye el precio del bien	0

Fuente: Elaboración propia