

Artículo científico, FAREM-ESTELI 2023



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí
Departamento de Economía y Finanzas**

**Seminario de Graduación para optar por el título en Licenciado en
Banca y Finanzas**

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

Autores

Jennifer Izamar Peralta Orozco
Marilyn de Jesús Quiroz Martínez

Tutor

Msc. Julio Rafael Berríos Noguera

Estelí, enero 2023



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

Autores

Jennifer Izamar Peralta Orozco
Marilyn de Jesús Quiroz Martínez

RESUMEN

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

Palabras claves: Impacto socioeconómico, microcréditos, MiPymes.

Egresadas de la carrera de Licenciatura en Banca y Finanzas. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA-FAREM ESTELI. Correo: peraltajennifer14@gmail.com quirozmarilyn2017@gmail.com

Socioeconomic impact of the microcredit granted by the microfinance company CONFIANZA to MSMEs in the Oscar Gámez N°2 neighborhood of Esteli City first semester of the year 2022

ABSTRACT

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

INTRODUCCION

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

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

Para alcanzar los objetivos específicos de la investigación realizamos tres entrevistas a colaboradores de la microfinanciera, dieciocho encuestas a clientes activos de esta misma y la observación de documentos que usa la microfinanciera. La información obtenida a través de estas herramientas la elaboramos usando el software SPSS, con las estadísticas que genere graficaremos los resultados en Excel y a partir de la misma realizaremos el análisis para llegar a las conclusiones y las recomendaciones del trabajo, respondiendo a los objetivos de la investigación realizada.

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

MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación corresponde al enfoque cualitativo y cuantitativo, porque analizamos las opiniones, valoraciones, resultados y expectativas de los microempresarios con respecto a los microcréditos que se les ha otorgado, obteniendo resultados positivos y negativos con respecto a los objetivos planteados.

Es aplicada porque estudiamos una problemática del impacto socioeconómico que está generando la microfinanciera CONFIANZA a los microempresarios del barrio Oscar Gámez N°2, es un estudio descriptivo porque la información es recolectada mediante encuestas a los microempresarios, es caracterizado como transversal porque se observa a una población y analiza datos de variables, de acuerdo al trabajo que se desarrolla esta investigación es analítica, porque se describe, analiza y observa la realidad de los microcréditos.

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

El Supuesto de la investigación es que a menor tiempo de plazo en los créditos, mayor será el impacto socioeconómico de las MiPymes de la microfinanciera CONFIANZA.

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

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

La población de esta investigación son los clientes de la microfinanciera CONFIANZA S.A del Barrio Oscar Gámez No.2 de la ciudad de Estelí, que se registran 80 actualmente, La muestra de esta investigación será de **18** clientes de la microfinanciera conforme a la aplicación de la muestra de población infinita.

Los instrumentos utilizados fueron entrevistas y encuestas las cuales permitieron abordar a detalle los factores necesarios para la recolección de datos. Estos instrumentos fueron aplicados a: tres entrevistas a el Licenciado Víctor Manuel Briones Soza que ejerce el cargo de gerente de sucursal, también se entrevistó al Ingeniero Yonatan Eliuth Zeledón Martínez quien es oficial de crédito y por último el Licenciado Lenin Manuel Rodríguez Rivera que ejerce el cargo de gestor de cobro; realizamos 18 encuestas a clientes activos de la microfinanciera dedicados a diferentes oficios, pero todos enfocados en el sector comercio.

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

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

RESULTADOS

Objetivo específico N°1: Identificar el procedimiento que la microfinanciera “Confianza” aplica a las MiPymes en el otorgamiento de microcréditos en el barrio Oscar Gámez No.2 de la ciudad de Estelí.

Requisitos para optar a un Microcrédito

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

Y los colaboradores exponen que: **“Para ser cliente de la microfinanciera CONFIANZA se debe tener un negocio establecido seis meses a más, casa propia, capacidad de pago, servicios básicos, facturas del negocio y una garantía que cubra el crédito.”** La microfinanciera asume el riesgo de otorgar un crédito, pero primero debe estudiar con delicadeza cada movimiento anterior del cliente de manera rápida para atender su necesidad en tiempo y forma, por esta razón es tan necesario estudiar el perfil del cliente y además de esto, exigir los requisitos correspondientes con documentos que respalden la palabra del futuro consumidor.

Tasas de interés reales

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

Los colaboradores dicen que: **“la microfinanciera CONFIANZA cobra una tasa de interés del 13 % mensual y también deducen el seguro que equivale al 2 %. Todo esto pactado y explicado al cliente antes de otorgar el crédito”.** Antes de firmar el contrato de microcrédito, el cliente se informa de cada una de las formas en que se pagara su deuda, el interés es el mismo en cada cuota por lo tanto no varía y es transparente para que sea de fácil comprensión de ambas partes, cabe destacar que el interés es el precio que se paga por usar el dinero que la microfinanciera sede en momento de necesidad para el cliente.

Aspectos importantes para mantener la fidelidad del cliente

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

Los colaboradores de la microfinanciera expresan que es importante: ***“El buen trato al cliente, calidad del servicio, la rapidez, confianza, transparencia en los controles de pago, responder a la necesidad inmediata, la tasa de interés baja y también que toman los problemas económicos de sus clientes como propios mantiene un lazo de confianza colaborador-cliente.”*** Por ende, el mantener este tipo de relación con los clientes asegura que serán responsables con los pagos y que podrán regresar otra vez a optar por el servicio que la microfinanciera les ofrece, también de esta manera garantizan la recomendación con futuros clientes.

Estrategias competitivas en la captación de nuevos clientes

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

Los colaboradores de la microfinanciera CONFIANZA cuentan que: ***“La microfinanciera comparte beneficios con sus clientes, regalías, compite por tasa de interés, conoce el mercado en el que esta su cliente y se familiariza de igual manera.”*** Es una ventaja conocer al cliente, estudiar su situación economía y más aún incentivarlo para que continúe siendo fiel a la microfinanciera, por este medio se puede llegar la captación de nuevos clientes teniendo excelentes referencias por parte de otros clientes.

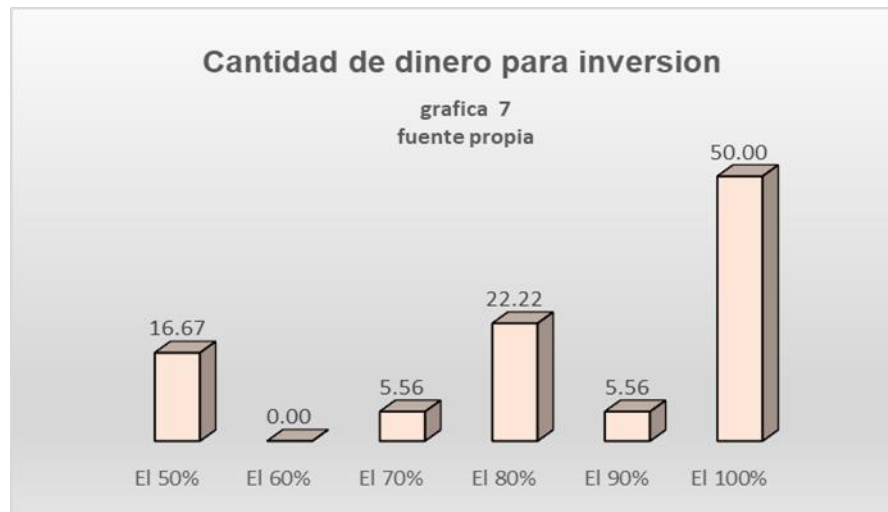
Objetivo específico N°2: Determinar los factores socioeconómicos del microcrédito en las MiPymes del barrio Oscar Gámez N°2 Otorgados por la microfinanciera “CONFIANZA” en la ciudad de Estelí.

Inversión del crédito otorgado

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

Analizando las encuestas se valora que un 16.67% de clientes invierte en su negocio el 50% del dinero del préstamo, un 5.56% invierte un 70%, un 22.22% el 80%, un 5.56% el 90% del dinero y un 50% utiliza todo el dinero del préstamo para compras del negocio. Los micro financieros siempre tienen una o varias fuentes de crédito para obtener a cierto plazo un crecimiento y estabilidad económica de su negocio, por tal razón cada microempresario destina o su totalidad del préstamo o

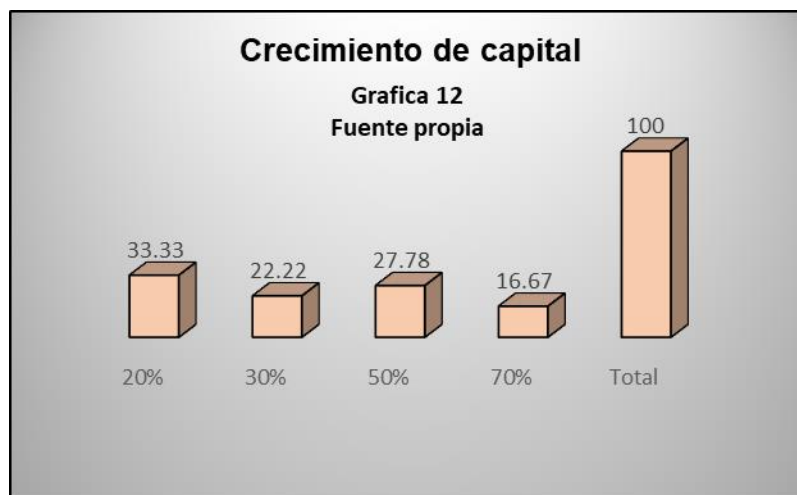
una parte de los créditos que se le otorgan para invertirlos en su negocio o emprender uno nuevo.



Crecimiento

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

La información corresponde a que un 33.33% ha crecido en el transcurso de un año en un 20%, un 22.22% ha crecido un 30%, un 27.78% ha crecido un 50% y un 18.67% ha mejorado un 70%. Estos valores son en relación al último año, los microempresarios refieren que gracias al financiamiento brindado ha crecido su negocio y por consiguiente su capital.



Situación Económica

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

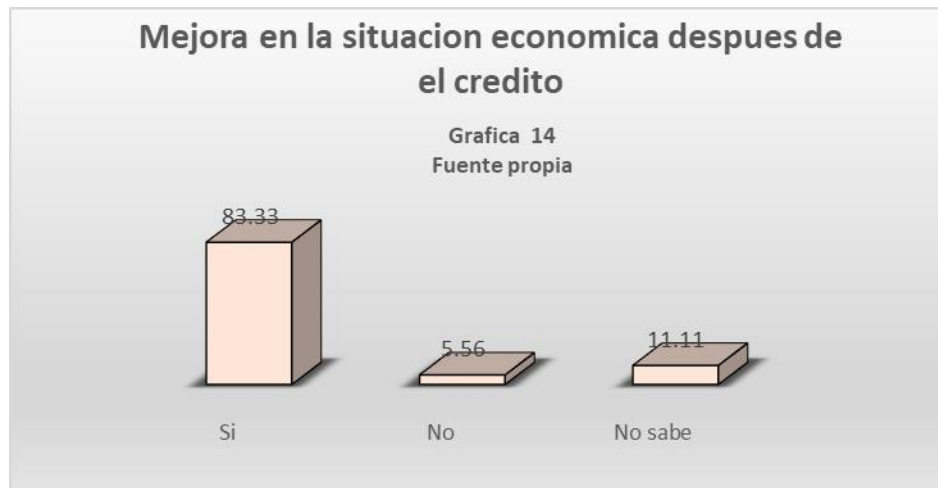
Como lo señalaron los encuestados un 11.11% considera tener una situación económica excelente con el negocio, un 38.89% refiere tener buena situación económica y un 50% una situación económica regular. Al otorgar un crédito no solo mejora el crecimiento del negocio del microempresario, sino que también la situación económica del cliente para suplir sus necesidades.



Mejora de situación económica

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

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



Satisfacción del cliente

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

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

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



Objetivo específico N°3: Proponer estrategias comerciales de microcrédito a la microfinanciera “CONFIANZA” para que las MiPymes mejoren sus condiciones socioeconómicas.

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

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

CONCLUSIONES

En primer lugar, en relación al objetivo general de la investigación, entrevistamos a tres funcionarios que desarrollan el programa de crédito y desarrollamos dieciocho encuestas a microempresarios que reciben financiamiento del programa, logrando obtener información tanto de las condiciones favorables y competitivas del programa, como de los efectos y resultados económicos positivos y negativos en la actividad socioeconómica de las familias que trabajan con este en el barrio Oscar Gámez N° 2. La microfinanciera CONFIANZA trabaja con el factor “tiempo” mientras más corto es el plazo, menor tiempo permanece en deuda el cliente con ellos, manteniendo de esta manera una tasa de interés accesible; en el caso de la tasa de interés trabajan de la mano con entes reguladoras como CONAMY logrando de esta manera las mejores condiciones con respecto a la tasa de interés que favorezca al cliente y a la microfinanciera; en el caso de el “mercado cambiario” la microfinanciera solamente otorga microcréditos en moneda nacional (córdobas) de esta manera hacen conciencia con las MiPymes ya que sus ingresos son en este tipo de moneda; en el caso de la “forma de pago” la microfinanciera no solo envía a gestores de cobro a realizar la recuperación del mismo, sino que tratan de no interrumpir la actividad económica de los microempresarios al ellos no presentarse a la sucursal; los clientes han mejorado sus condiciones de vida gracias a este programa de microcrédito que la microfinanciera les ha facilitado.

- En relación al objetivo específico número uno, el programa de crédito de CONFIANZA otorga montos aproximadamente de C\$ 5,000.00 por cliente, con tasas de interés mensuales de 13%, con plazos de tres o cuatro meses, a microempresarios de todos los sectores de microempresas comerciales y con formas de pago semanales y quincenales, manteniendo un buen trato y relación con sus clientes y brindándoles una atención personalizada, en tiempo y forma, destacándose por la rapidez, la confianza y el respeto personal, comparte beneficios con sus clientes, regalías, compite por tasa de interés, conoce el mercado en el que esta su clientela.

- Con respecto al segundo objetivo específico, los microempresarios están conformes con el programa de crédito de CONFIANZA hasta un 77.78 %; el 44.44 % de los clientes prefieren créditos con plazos tres meses; los montos preferentes son entre C\$ 5,000.00 y C\$ 10,000.00 córdobas y la forma de pago quincenal cada cuota, los microempresarios han logrado capitalizar su negocio y hacer mejoras del hogar hasta un 72.2 % de los encuestados, el 66.67 % de los microempresarios tienen ganancias de C\$ 3,000.00 córdobas semanales en sus negocios, la capitalización de los microempresarios en los últimos años oscila entre 16 % y 33 %, el 38 % de estos clientes considera que la economía del negocio es buena y el 50 % que es regular, el 83 % de los encuestados considera que ha mejorado su

situación económica con el negocio a partir de los créditos, los recursos de estos microempresarios provienen en un 50 % de las ventas y en 38 % de las remesas familiares.

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

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

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

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

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

RECOMENDACIONES

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

BIBLIOGRAFÍA

Anaya, H. O. (2019). Otorgamiento de credito. *cesa.edu*.

editorial. (2014). credito. *Importancia.org*.

Gil, C. G. (2016). Microcreditos. *Wikipedia*.

Jimenez, A. (2017). Ventajas del microcredito. *Vivus*.

Navarro, J. (2019). Financiacion. *Emprendedores*.

Romero, L. (2018). Credito. *Wikipedia*.

WBCSD. (2013). *Midiendo el impacto socioeconomico*.