



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN-MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO

FAREM- CARAZO

Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas

V Economía.

Seminario de Graduación:

Para optar al título de Licenciatura en Economía.

Tema General:

Evaluación del Impacto socioeconómico de las políticas públicas implementado por el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) para el desarrollo de las MiPymes en el programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía.

Tema Específico:

Análisis del impacto socioeconómico del Programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía en el departamento de Carazo en el periodo de los años 2022-2023.

Autores:	N° de carnet
Br: Nidia Esther González García	19908490
Br: Ángel Salvador Jirón González	19908512
Br: Linda Margarita Chávez Latino	19908534

Tutor: Dr. Cesar Arévalo Cuadra.

Jinotepe 13 diciembre de 2023

Dedicatoria.

Nuestro presente trabajo está dedicado a Dios por regalarnos el don de la sabiduría, la fortaleza para seguir adelante, por habernos permitido empezar y culminar nuestra carrera durante cinco años. Por iluminar nuestra mente, nuestros pensamientos, por esa lucha constante para lograr nuestra meta y porque nos ha permitido levantarnos de tantas caídas, obstáculos y adversidades.

Dedicada especialmente a nuestros padres y abuelos por ser los principales motores de nuestras vidas, porque nunca se cansaron de orar por nosotros cada día, por cada bendición que nos daban cuando viajábamos a la universidad, por darnos la oportunidad de estudiar y que hoy se sienten orgullosos porque lo hemos logrado, por esos valores que nos inculcaron desde pequeños, por el apoyo, los consejos que nos han transmitido que durante nuestra formación profesional fueron un escudo en nuestra vida, y por ser los mejores guías durante nuestro camino.

A nuestros hermanos y hermanas, tías, primos que durante nuestra etapa de formación fueron personas de motivación y alegría, porque de una u otra forma nos ayudaron cuando pasamos las mayores de nuestras crisis, por siempre mostrar ese cariño y afecto hacia nosotros.

A nuestros amigos, a los familiares de nuestros amigos por ser ángeles que de igual manera nos acompañaron en este proceso, por transmitir emociones, motivaciones para lograr nuestra meta, por compartir momentos de tristezas y alegrías, por esa amistad que construimos juntos durante los cinco años, por ese verdadero compañerismo que no solo en las aulas de clases lo teníamos presente sino también en situaciones personales o familiares,

por demostrar siempre ese apoyo, comprensión entre nosotros mismos, porque siempre nos entendimos y nos levantamos juntos cada vez que caíamos.

A la institución MEFCCA Carazo por darnos la oportunidad de realizar nuestras prácticas de profesionalización y evaluar uno de sus programas sociales, en especial a la ejecutora principal Lic. Norma Gutiérrez encargada del programa evaluado por habernos acogido como sus practicantes y transmitirnos el conocimiento y la información necesaria, por la paciencia y el respeto y la dedicación.

A la universidad UNAN FAREM Carazo por permitirnos a formar parte de ella y ser mejores profesionales exitosos.

Agradecimiento.

Agradecer a Dios por ser nuestro guía principal, por permitir culminar nuestros estudios académicos, por darnos la fortaleza, la inteligencia y la perseverancia de seguir adelante.

A nuestros padres, abuelos, y hermanos quienes siempre creyeron y confiaron plenamente en nosotros, por la educación y valores que nos brindaron desde nuestra infancia, por cada esfuerzo que realizaron para culminar nuestros estudios.

A nuestro grupo de amigos de la universidad porque durante los cinco años han demostrado el compañerismo, por compartir momentos especiales juntos y construir recuerdos durante nuestra etapa de formación.

A nuestros maestros por habernos brindado su sabiduría y aprendizaje para poder desarrollarnos como profesionales. Al mismo tiempo a nuestro asesor de seminario Dr. Cesar Arévalo por dedicarnos su tiempo, esfuerzo y paciencia para culminar nuestro estudio de investigación.

Al MEFCCA por acogernos y demostrar el interés y su apoyo con nosotros, así mismo a la ejecutora principal Lic. Norma Gutiérrez por habernos transmitido su conocimiento, información, su tiempo y dedicación para llevar a cabo el programa evaluado.

Finalmente agradecemos a la universidad UNAN FAREM Carazo por habernos aceptado a ser parte de ella y brindarnos la oportunidad de estudiar y formarnos como futuros profesionales.



FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA DE CARAZO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

06 de diciembre del año 2023

Por este medio hago contar formalmente que el informe de Seminario Graduación, bajo el Tema: Análisis y Propuestas de desarrollo económico para la IV región, presentado por los (as) bachilleres:

N°	Apellidos y Nombres	Carné
1	González García Nidia Esther	19 – 90849 – 0
2	Jirón González Ángel Salvador	19 – 90851 – 2
3	Chávez Latino Linda Margarita	19 – 90853 – 4

Siendo el subtema: Análisis de la efectividad del programa de microcréditos a artesanos de Marroquinería a pobladores de Carazo 2022 – 2023.

Ha cumplido con los requisitos científico-técnicos y metodológicos establecidos de acuerdo a la normativa de modalidad de graduación, seminario de graduación. Este trabajo contribuye a desarrollar habilidades y obtener conocimientos relacionados al perfil de la carrera y sobre todo se ajusta a las exigencias del entorno socioeconómico y laboral actual.

Por tanto, el presente trabajo puede ser defendido de acuerdo a los procedimientos académicos establecidos por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, para optar al título de Licenciatura en Economía.

Sin más que agregar, deseando bendiciones a usted y a cada persona que lea este documento, el cual es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

Atentamente.

D.Sc. César Augusto Arévalo Cuadra Tutor

Cc/ Archivo

¡A la libertad por la Universidad!

Índice

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.	4
Valoración Del Docente (Carta Aval).	¡Error! Marcador no definido.
Resumen	12
1. Introducción Del Tema Y Subtema.....	15
2. Justificación.....	17
3. Objetivos De Estudio.....	18
3.1. Objetivo General:.....	18
3.2. Objetivos Específicos:	18
4. Metodología De La Investigación.	19
4.1. Tipo De Estudio.	20
4.2. Muestra Y Población.....	21
4.3. Diagrama Ishikawa.	21
4.4. Operacionalización De Las Variables:	22
4.5. Análisis De Spearman:.....	25
4.6. Diamante De Porter:	26
5. Generalidades.	27
5.1. Marco Teórico.....	27
5.1.1. <i>Economía Solidaria</i>	27
1.1.1. <i>Política Económica</i>	28
5.1.2. <i>Política Pública</i>	29
5.1.3. <i>La Teoría De Innovación De Schumpeter, Importancia Del Emprendimiento Y La Innovación</i>	30

5.1.4. Descripción Del Programa De Transformación De Calzado Y Marroquinería En El Departamento De Carazo.	31
6. Desarrollo De Subtema:.....	32
6.1. Primera Fase Diagnóstico Previo.....	32
6.2. Segunda Fase Monitoreo Situación Actual.	42
6.3. Tercera Fase De Gabinete De Los Emprendimientos.	54
6.3.1. <i>Diamante De Porter:</i>	73
6.4. Fase 4 Indicadores Para Analizar El Impacto Económico De Los Beneficiarios Del Programa De Transformación de Marroquinería, Textil y Artesanía.	75
6.4.1. <i>PIB (Producto Interno Bruto).</i>	75
6.4.2. <i>Densidad Económica.</i>	75
6.4.3. <i>Tasa De Desempleo.</i>	76
6.4.4. <i>Índice De Calidad De Vida.</i>	77
6.4.5. <i>Ingreso.</i>	78
6.4.6. <i>Crecimiento.</i>	79
6.4.7. <i>Producción.</i>	79
6.5. Plan De Mejora De Calidad.	79
7. Conclusiones.....	84
8. Referencias Bibliográficas.....	87
9. Anexos.....	89
9.1. Marco Legal.....	89
9.1.1. <i>Ley De Promoción, Fomento Y Desarrollo De La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME). Ley N° 643.</i>	89
9.1.2. <i>Ley 648. Ley De Igualdad De Derechos Y Oportunidades.</i>	90
9.1.3. <i>Ley N°223. Ley De Fomento Para La Industria Del Cuero, Calzado Y Similares.</i>	90

9.2. Creación Del MEFCCA.....	91
9.2.1. <i>Ley N° 804. Ley De Reforma Y Adición A La Ley N° 290, Ley De Organización Competencia Y Procedimientos Del Poder Ejecutivo.....</i>	91
9.2.2. <i>El Ministerio de Economía Familiar, comunitaria, Cooperativa y Asociativa cuenta con las siguientes funciones:.....</i>	91
9.3. Encuesta Previa A Los Beneficiarios.	93
9.4. Encuesta Oficial A Los Beneficiarios.	96
9.5. Aplicación De Encuesta Previa A Beneficiarios.....	99
9.6. Aplicación De Encuesta Oficial A Beneficiarios.	100

Índice de Tablas

Tabla 1. Población total de los beneficiarios distribuidos en cada municipio.	21
Tabla 2. Matriz operacional para la medición de las variables encontradas en el diagrama Ishikawa.....	22
Tabla 3. Generalidades del ingreso al programa y el sector implementado.	32
Tabla 4. Correlación de las variables ingreso al programa y sector de marroquinería.	33
Tabla 5. Generalidades de iniciación de los emprendimientos.....	35
Tabla 6. Correlaciones de las variables de iniciación de los negocios.	38
Tabla 7. Capacitaciones y asesoramiento durante la implementación del programa.....	42
Tabla 8. Correlaciones de los planes de capacitación en el programa.....	43
Tabla 9. Crecimiento y cuantificación de los negocios.	45
Tabla 10. Correlación del crecimiento y cuantificación de los negocios.....	48
Tabla 11. Contribución del programa en el crecimiento familiar.	49
Tabla 12. Correlación de la contribución de los negocios al crecimiento familiar.....	52
Tabla 13. Propósitos alcanzados de los beneficiarios a través del programa.	54
Tabla 14. Correlaciones de los propósitos alcanzados de los beneficiarios en el programa.	55
Tabla 15. Estudios y planes estratégicos de los beneficiarios en los emprendimientos.	60
Tabla 16. Correlación de los estudios y estrategias de los beneficiarios en los emprendimientos.	60
Tabla 17. Volumen de ventas de los negocios antes y después del programa.	65
Tabla 18. Correlación del volumen de ventas de los emprendimientos antes y después del programa.....	67
Tabla 19. Beneficios económicos y ferias organizadas que permitieron el crecimiento de los emprendimientos.....	68
Tabla 20. Objetivos del plan de mejora.	82
Tabla 21. Matriz de conclusiones y recomendaciones.....	84

Índice de Ilustraciones.

Ilustración 1. Diagrama Ishikawa de las problemáticas encontradas mediante el instrumento previo.....	40
Ilustración 2. Gráfico que representa el punto de equilibrio de los emprendimientos a convertirse a microempresa.....	71
Ilustración 3. Diagrama de las fuerzas competitivas de Michael Porter en los emprendimientos de los beneficiarios.	73
Ilustración 4. Ciclo negativo característico de los negocios informales.	77
Ilustración 5. Acciones de mejoría en el plan de mejora.	81

Índice de Gráficos.

Gráfico 1. Ingreso al programa.....	33
Gráfico 2. Razones por la que los beneficiaron entraron al programa.	36
Gráfico 3. Rendimiento de los negocios antes del programa.	37
Gráfico 4. Obstáculos al iniciar el emprendimiento.	37
Gráfico 5. Frecuencia de capacitaciones.	43
Gráfico 6. Crecimiento empresarial.....	47
Gráfico 7. Cuantificación del crecimiento.....	48
Gráfico 8. Porcentaje de ganancia anual.....	50
Gráfico 9. Porcentaje de crecimiento familiar.	51
Gráfico 10. Propósitos alcanzados mediante el programa.....	54
Gráfico 11. Volumen de ventas antes y después del programa.....	67
Gráfico 12. Beneficios del programa y ferias para mejorar el nicho de mercado de los beneficiarios.....	69

Resumen

En el presente documento se realiza un análisis donde el objetivo principal es conocer el impacto social y económico del programa, dirigido a los emprendedores dentro del sector de marroquinería, textil y artesanía. Para mejorar la calidad de vida de los usuarios y su nivel de ingreso contribuyendo a la reducción de la pobreza. También se fortalece a los beneficiarios por medio de capacitación para que ganen competitividad dentro del mercado nicaragüense. Se reflejan las limitaciones de los emprendimientos al no poder circular sus productos en el mercado nacional, de manera que se generen más beneficios, se amplíen sus negocios y se generen empleos, a través de la comercialización de modo que el programa también les brinda la oportunidad de desarrollarse y dar a conocer sus productos. Así como mejorar y ampliar las relaciones comerciales, por medio de capacitaciones las cuales tienen como propósito, contribuir al conocimiento de buenas alternativas de negocios con un seguimiento técnico por parte de la institución. El instrumento utilizado para recopilar la información que conllevó al presente diagnóstico fueron encuestas; las cuales permitieron conocer elementos como: los procesos productivos y el uso de materias primas; posteriormente se aplicaron distintas metodologías como: diagrama de Ishikawa, matriz operacional, diamante de Porter, que permiten diagramar de manera estructurada y analítica las debilidades y fortalezas de los beneficiarios del programa. También se realizó una línea base para conocer la situación de los beneficiarios antes de su participación en el programa, contrastándola con los datos surgidos del procesamiento de la encuesta aplicada a los beneficiarios después del programa, constatando el nivel de cumplimiento de los objetivos planteados. Finalmente, el equipo investigador propone un plan de mejora de calidad en 2 direcciones, por un lado, para continuar desarrollando a los beneficiarios que fueron exitosos y por otra parte establecer criterios para atender tanto a nuevos beneficiarios como

a los que no tuvieron el mismo nivel de éxito. Constituyendo este elemento un aporte decisivo como universidad que contribuya al redireccionamiento estratégico de la política objeto de investigación.

Abstract.

In this document, an analysis is carried out where the main objective is to know the social and economic impact of the program, aimed at entrepreneurs within the leather goods, textile and footwear sector. To improve the quality of life of users and their income level, contributing to the reduction of poverty. Beneficiaries are also strengthened through training so that they gain competitiveness within the Nicaraguan market. The limitations of the enterprises are reflected by not being able to circulate their products in the national market, so that more benefits are generated, their businesses are expanded and jobs are generated, through commercialization so that the program also gives them the opportunity to develop and make its products known. As well as improving and expanding commercial relationships, through training whose purpose is to contribute to the knowledge of good business alternatives with technical monitoring by the institution. The instrument used to collect the information that led to this diagnosis were surveys; which allowed us to know elements such as: production processes and the use of raw materials; Subsequently, different methodologies were applied such as: Ishikawa diagram, operational matrix, Porter diamond, which allow the weaknesses and strengths of the program beneficiaries to be diagrammed in a structured and analytical manner. A baseline was also carried out to know the situation of the beneficiaries before their participation in the program, contrasting it with the data arising from the processing of the survey applied to the beneficiaries after the program, verifying the level of compliance with the stated objectives. Finally, the research

team proposes a quality improvement plan in 2 directions, on the one hand, to continue developing the beneficiaries who were successful and on the other hand, establish criteria to serve both new beneficiaries and those who did not have the same level. of success. This element constitutes a decisive contribution as a university that contributes to the strategic redirection of the policy under investigation.

1. Introducción Del Tema Y Subtema.

“Las pequeñas y medianas empresas son importantes para la economía nicaragüense, ya que es la fuente principal de empleo y aportan el 40% del producto interno bruto PIB” (Solis, 2023). La marroquinería, textil, artesanía constituye un sector importante porque permite la sostenibilidad de las familias de los asociados, debido a que son pequeños emprendimientos creadas principalmente en el núcleo familiar; lo cual instituciones como el MEFCCA realizan programas sociales con el objetivo de reducir la pobreza e incrementar el desarrollo económico familiar, enmarcadas en la economía solidaria.

Así mismo, están dedicadas a desarrollar programas y proyectos de emprendimiento que contribuya al desarrollo económico familiar. Además, dar acompañamientos a la pequeña y mediana empresa para fomentar su crecimiento y aporte a la economía social de cada comunidad nicaragüense.

El programa está dirigido a potencializar la producción y fortalecer las capacidades de los emprendimientos en el área, por medio de la donación de materia prima como: cuero, hilos, tela y elástico, para incrementar la productividad de los talleres existentes mediante acompañamiento especializado e insumos para la producción, bajo un mecanismo de responsabilidad compartida.

“Los objetivos del programa: son contribuir a la reducción de la pobreza, y aumentar la generación de empleos. Por lo tanto, el presente trabajo analiza el impacto socioeconómico (programa) para el periodo comprendido entre 2022 y 2023 en el departamento de Carazo”.

El presente estudio analiza el impacto social económico del programa en los emprendimientos donde se describe los principales objetivos que permita determinar un diagnóstico inicial, también conocer la situación actual de los beneficiarios para su valoración de desarrollo económico, así como analizar la efectividad del programa para que sirva de retroalimentación de los beneficiarios mejorando la toma de decisiones en el progreso.

2. Justificación.

Las políticas públicas (económicas) en conjunto con el Plan Nacional de Desarrollo Humano (2022-2026) están orientadas a contribuir a la mejora de calidad de vida de la población más vulnerable.

“Los factores productivos son aquellos recursos que se necesitan para generar bienes que son aptos para su consumo y, por ende, destinados al mercado.” (Chavez, 2023)

El presente estudio describe los principales factores de producción: L,W, K, A y su importancia en el fortalecimiento de los negocios, donde predomina el factor tierra (L) y trabajo (W) debido a que los beneficiarios cuentan con un emprendimiento establecido; también presentan debilidades en los factores Capital (K) y Acervo de conocimiento técnico (A) tales como: Forma organizativa, inasistencia en capacitaciones por parte de los beneficiarios, nula asociación (Clúster) y cuentan con maquinaria artesanal.

Desde el punto de vista metodológico la ruta fue la siguiente: se aplicaron instrumentos que permiten diagnosticar el nivel de desarrollo empresarial a partir de un análisis pormenorizado de la función de producción y sus factores. Esto permitió determinar cuáles son los principales cuellos de botella presentes en el funcionamiento de la empresa y proponer alternativas viables para solucionarlo.

Mediante la investigación se evaluó el Programa de Transformación de marroquinería, textil y artesanía, para conocer el alcance y logros que tienen en la vida de los beneficiarios; saber si cumple con los objetivos planteados por el programa, en el departamento de Carazo.

3. Objetivos De Estudio.

3.1.Objetivo General:

- ❖ Analizar el impacto económico social del programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía cuyo propósito es la generación de empleo y la consecuente reducción de la pobreza de los beneficiarios en el departamento de Carazo.

3.2.Objetivos Específicos:

- ❖ Conocer las condiciones previas de los beneficiarios (línea base) para realizar un diagnóstico de la fase inicial de la investigación.
- ❖ Identificar por medio de diagnóstico las debilidades en la articulación que impiden transitar de emprendimientos con potencial económico a pequeñas empresas, debidamente constituidas.
- ❖ Valorar el impacto social que genero la implementación del programa a los beneficiarios para generar empleo y la consecuente reducción de la pobreza.

4. Metodología De La Investigación.

El estudio investigativo se desarrolla en 4 fases: la primera fase se implementó un diagnóstico, para ello se elaboró un primer instrumento para conocer la situación antes de ingresar al programa, la situación que les permitió entrar, y empezar la línea de base a partir de la cual es posible analizar las problemáticas o éxitos en cuanto al programa y los involucrados; generándose como herramienta de análisis final del diagnóstico el diagrama Ishikawa.

La segunda fase consta de un segundo instrumento de monitoreo. “El monitoreo es un proceso continuo que utiliza la recolección sistemática de información que, transformada en indicadores, analiza, traslada a estudios y diagnósticos, permite observar que los procesos se implementen tal y como fueron diseñadas (Cooper, 2016), que permita reconocer las debilidades en la articulación, que impiden transitar de emprendimientos con potencial económico a pequeñas empresas, debidamente constituidas.

La tercera fase, es la fase de gabinete. “Es una metodología de investigación mediante la cual se recopila información de distintas fuentes de forma ordenada” (Manrique, 2023) que comprende el procesamiento y análisis de los datos mediante la aplicación del software IBM SSPS; dando como resultado una evaluación a profundidad de los negocios involucrados en el citado programa de transformación; para ello la herramienta de análisis fue el diamante de la competitividad de Michael Porter. “El diamante de Porter es un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros se encuentran relacionados entre sí, y el desarrollo o actuación de uno siempre va a beneficiar o a afectar a los otros” (Porter, La Ventaja Competitiva de las Naciones, 1991).

La cuarta fase se destaca los indicadores que posibilita realizar el análisis del impacto de los beneficiarios y del programa. Estableciendo una serie de acciones de políticas (de intervención) que permitan cualificar los distintos aspectos intervinientes en los procesos productivos.

4.1. Tipo De Estudio.

“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Sampieri, 2006). El tipo de estudio es una investigación mixta debido a que se utiliza el método cualitativo y cuantitativo. Es un estudio transversal porque se evalúa periodos de tiempo específicos cortados en 2022 y 2023. Línea de base y monitoreo implementado una vez iniciado el programa respectivamente.

Los instrumentos utilizados para la recolección de información fueron los siguientes:

- a) Encuestas para conocer el programa y los beneficiarios.
- b) Entrevistas a los ejecutores para recopilar información acerca del programa.
- c) Observaciones que se le hicieron a los beneficiarios.

4.2.Muestra Y Población.

De acuerdo a la muestra no fue necesario realizarla debido a que la población es pequeña, por lo tanto, se decidió aplicar los instrumentos a toda la población que en su totalidad es de 49 actividades económicas.

El total de los encuestados corresponde a 49 beneficiarios en el departamento de Carazo los cuáles se encuentran distribuidos en los siguientes municipios: Diriamba, Jinotepe, San Marcos, Dolores, Santa Teresa y El Rosario.

Tabla 1. *Población total de los beneficiarios distribuidos en cada municipio.*

N°	MUNICIPIO	N°
1	DIRIAMBA	14
2	JINOTEPE	16
3	DOLORES	12
4	SAN MARCOS	3
5	EL ROSARIO	2
6	SANTA TERESA	2
TOTAL		49

Nota: Elaboración propia.

4.3.Diagrama Ishikawa.

“El diagrama causa-efecto o diagrama de Ishikawa es un método gráfico que refleja la relación entre una característica de calidad (muchas veces en el área problemática) y los factores que posiblemente contribuyen a que existen. En otras palabras, es una gráfica que relaciona el efecto (problema) con sus causas potenciales”. (Gutierrez, 2005)

Luego de realizar el diagnóstico previo se procedió a elaborar el diagrama de Ishikawa el cual permitió conocer las causas que enfrentan los emprendimientos y el programa.

4.4.Operacionalización De Las Variables:

A continuación, se presenta la matriz de operacionalización de las variables, donde la variable independiente es el Desarrollo Económico Social de los beneficiarios del Programa de Transformación de marroquinería, textil y artesanía con el fin de obtener los resultados mediante la medición del análisis de Spearman; así mismo se presentan las variables independientes como la falta de organización de clúster, problemas de competitividad, gestión administrativa, y problemas tecnológicos.

Tabla 2. *Matriz operacional para la medición de las variables encontradas en el diagrama Ishikawa.*

Operacionalización de las variables				
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador
Independiente Desarrollo económico social de los beneficiarios del programa	Puede entenderse como un proceso dinámico centrado en los seres humanos,	Desarrolla las condiciones estructurales que permitan a las personas acceder a recursos y	<ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento empresarial ● Mejora de la economía familiar. ● Nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de las utilidades (20%) ● Mejora en infraestructura (10%) ● Diversidad de productos

Operacionalización de las variables				
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador
de marroquinería, textil, artesanía	orientado al mejoramiento constante de las condiciones y la calidad de vida y la capacidad de producir riqueza.	ampliar sus oportunidades dentro del programa.		(20%)
Dependiente	Es un instrumento de participación social en que un grupo humano en concordancia considera tener intereses similares y	Inapropiada organización y comunicación social en participantes dentro el programa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Compartir experiencia. ● Cultura ● Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ● Confianza ● Disponibilidad ● Nivel educativo ● Comunicación

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador
	un mismo objetivo a realizar			
Problemas de competitividad	capacidad que posee un individuo o empresa para posicionarse y por delante de sus competidores.	Inexperiencia a la hora de competir en otros mercados.	<ul style="list-style-type: none"> ● Metas estratégicas ● Productividad ● Competencia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Planificación ● Monitoreo y control ● Recursos humanos ● Mercado
Gestión administrativa	Conjunto de tareas y actividades coordinadas que ayudan a utilizar de manera óptima los	Mal aprovechamiento de los recursos disponibles para el desarrollo de las	<ul style="list-style-type: none"> ● Prever ● Planificar ● Organizar ● Dirigir ingreso ● Control 	<ul style="list-style-type: none"> ● Comportamiento de las ventas ● Diversificación de productos ● Mejora de capacidades administrativas

Operacionalización de las variables				
Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador
	recursos que posee.	actividades.		contractuales
Problemas tecnológicos	Conjunto de nociones y conocimientos científicos que el ser humano utiliza para lograr un objetivo preciso.	Falta de conocimientos en distintas redes sociales y publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> ● Desconocimiento del mercado. ● Innovación ● Maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> ● Experiencia. ● Capacitación ● Financiamiento.

Nota: Elaboración Propia.

4.5. Análisis De Spearman:

“El análisis de correlación de Spearman, es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables cuantitativas” (Barrera, 2014).

Por medio de este análisis se evalúa la relación que hay entre dos variables y se miden la fuerza y dirección si estas son negativas o positivas.

4.6.Diamante De Porter:

(Pérez, 2021)” El diamante de Porter es un esquema gráfico en el cual se relacionan los indicadores a nivel micro que influyen decisivamente para que un país, una región, una comunidad o incluso, una empresa, sean realmente competitivos”.

Se realiza una evaluación a profundidad de los negocios establecidos en relación al diamante de Porter para determinar la competitividad y el grado de alcance de los emprendimientos en el programa.

5. Generalidades.

5.1. Marco Teórico.

5.1.1. *Economía Solidaria.*

Según (Razeto, 2010). La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, además de generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad.

“Se trata de un sector diferenciado dentro de sectores o ámbitos más amplios como los delimitados por términos como Tercer Sector y Economía Social suficientemente acotado y que va logrando un reconocimiento internacional cada vez mayor” (Elizaga, 2007).

Esta tiene como fundamento en Nicaragua combatir la pobreza de manera efectiva. Es un modelo político-social y a la vez socio-productivo, que tiene como objetivo responder a las necesidades de la población, buscando construir una identidad colectiva y de cooperación para el beneficio común y la dignificación de los nicaragüenses. Promueve el compromiso con el desarrollo local, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad. Además, fortalece valores de equidad, trabajo, sostenibilidad ambiental, cooperación, transformación de las conciencias, consumo responsable, ético, ecológico y solidario.

1.1.1. Política Económica.

La política económica como mecanismo abarca el conjunto de instrumentos, medidas y procedimientos que se utilizan en un sistema político para monitorear el crecimiento económico. Los diversos países establecen determinadas políticas de gobierno, con la finalidad de cumplir sus objetivos, metas y planes estratégicos (Vela, 2012), se debe tomar de referencia a la política económica como un plan económico que debe estar inmerso en el mercado internacionales así, el poder ejecutivo mediante los órganos administrativos y fiscales es el designado para implementar los ajustes económicos.

En lo concerniente a la Política Económica es un mecanismo de ajuste en la gestión del Gobierno, esta se realiza mediante la aplicación de los objetivos e instrumentos que integran la política económica por medio de los gobernantes. Con la puesta en marcha de políticas establecidas por estrategias, para alcanzar el bienestar económico y social de los ciudadanos, desde la institucionalización de las políticas públicas hasta los diversos sectores sociales, logrando una mejora en la distribución del ingreso entre los integrantes de la sociedad.

Es oportuno señalar, que el estado fundamentalmente se presenta en el reconocimiento de una autonomía absoluta y plena en la toma de las decisiones que se puedan presentar, convirtiéndose en varias ocasiones la relación entre el estado y la sociedad, en un ente que está implícito en las prácticas del poder y una integración de actores privados, relacionados a las decisiones que los emerge, así el estado institucionaliza los intereses individuales constituyéndose en el interés incorporado y la expresión neutral de la voluntad.

5.1.2. Política Pública.

Política pública (policy para Lasswell, 1992) son aquellas estrategias encaminadas a resolver problemas públicos. Según (Ruiz, 2009) las políticas públicas son las acciones de gobierno, es la acción emitida por este, que busca como dar respuesta a las diversas demandas de la sociedad, como señala Chandler & Plano, se pueden entender como uso estratégico de recursos para aliviar los problemas nacionales.

Las políticas públicas son “el conjunto de actividades de las instituciones de gobierno, actuando directamente o a través de agentes, y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos”. Pallares señala: las políticas públicas deben ser consideradas como un proceso decisional. Un conjunto de decisiones que se llevan a cabo a lo largo de un plazo de tiempo.

Este trabajo, responde a los lineamientos del Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza (2022-2026), enfocado en el progreso y bienestar de las familias con mayor vulnerabilidad, al refuerzo de las condiciones básicas para el desarrollo, igualdad entre los géneros, más y mejor producción y el desarrollo de la economía creativa. En uno de los lineamientos del PNCL trata del fomento de economía familiar rural y urbana donde se expresa la capitalización a familias mediante planes de inversión productivos. El objetivo central del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional es el crecimiento económico y social de la nación con reducción de la pobreza, como elementos aglutinadores del desarrollo económico y social de la nación. Para cumplir este objetivo, el gobierno procura alcanzar tasas de crecimiento económico sostenido y baja inflación, en un contexto de sostenibilidad de las finanzas públicas, de las cuentas externas y de estabilidad macroeconómica global, como condición para atraer inversión privada y cooperación de

gobiernos e instituciones financieras internacionales que estimulen la economía y genera empleo.

5.1.3. La Teoría De Innovación De Schumpeter, Importancia Del Emprendimiento Y La Innovación.

Sobre la base del carácter innovador del emprendedor Marshalliano, Joseph Schumpeter (1883-1950) se enfoca en el rol del emprendimiento en el desarrollo económico. El actuar innovador del emprendedor sería el motor del capitalismo al orientar la economía hacia un equilibrio superior.

En *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung* (1911), Schumpeter contribuye al pensamiento económico con su teoría de la “destrucción creativa”, es el hecho esencial del capitalismo” es la fuerza que revoluciona la estructura económica desde adentro y que hace referencia al uso de medios o procesos existentes con los cuales se construye una nueva modalidad de producto, proceso de producción o mercado.

En la obra de Schumpeter, el emprendedor tiene como atributos el carácter suficiente para ir contracorriente, la libertad mental que es peculiar y rara por naturaleza, la voluntad para lograr distinción social y el ánimo de probarse superior a otros. Características que se acompañan por motivaciones como la búsqueda de oportunidades para la ganancia y la satisfacción de ser autor de la nueva creación. “La actividad emprendedora y los réditos que significan no son permanentes; el emprendedor es una condición temporal, salvo que continúe innovando”.

De manera contemporánea a Schumpeter se encuentra Frank H. Knight (1885-1972), economista estadounidense y profesor de la Universidad de Chicago, quien señala

que la función primordial del emprendedor no sólo es la de asumir el riesgo, sino en especial confrontar la “verdadera incertidumbre”.

De igual forma Elliot (2017), hace hincapié a la versión de Schumpeter, señalando que los productos “innovadores” son competitivos y desplazan del mercado a los productos viejos. Al respecto Adam Smith, John Stuart Mill y David Ricardo, principales economistas clásicos, también describen que el emprendimiento innovador es uno de los principales motores de la expansión y desarrollo de la economía.

5.1.4. Descripción Del Programa De Transformación De Calzado Y Marroquinería En El Departamento De Carazo.

El programa de Transformación de Calzado y Marroquinería consiste en la donación de insumos de materiales como el cuero, hilos, telas, algodón, elástico en rubros principales como el calzado, textil, artesanía, mueblería y tapicería. En el departamento de Carazo la Institución encargada de implementar este programa es el Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA). Esta institución realizó la gestión, investigación a los diferentes negocios que se dedican a los rubros manufactureros que elaboran los productos hechos a base de este tipo de material, los cuales se ubican en los diferentes municipios de Carazo: Jinotepe, Dolores, Diriamba, Santa Teresa, El Rosario, y San Marcos. Este programa se compone de 3 pasos esenciales, entre ellos la gestión de conocimiento, la innovación y desarrollo empresarial. Igualmente, los objetivos es la generación de empleo y por consecuente la reducción de la pobreza.

6. Desarrollo De Subtema:

De acuerdo a la información obtenida a través de las encuestas aplicadas se describen los hallazgos y se analiza el impacto económico y social, que tuvo el programa en el desarrollo de los negocios.

Se han agrupados en bloques la información suministrada con el propósito de sintetizarla:

6.1. Primera Fase Diagnóstico Previo.

Se presenta los resultados del primer instrumento aplicado, con el fin de demostrar la situación de los beneficiarios y conocer las problemáticas antes de entrar al programa, lo cual generó una oportunidad de ser participe del programa.

Tabla 3. *Generalidades del ingreso al programa y el sector implementado.*

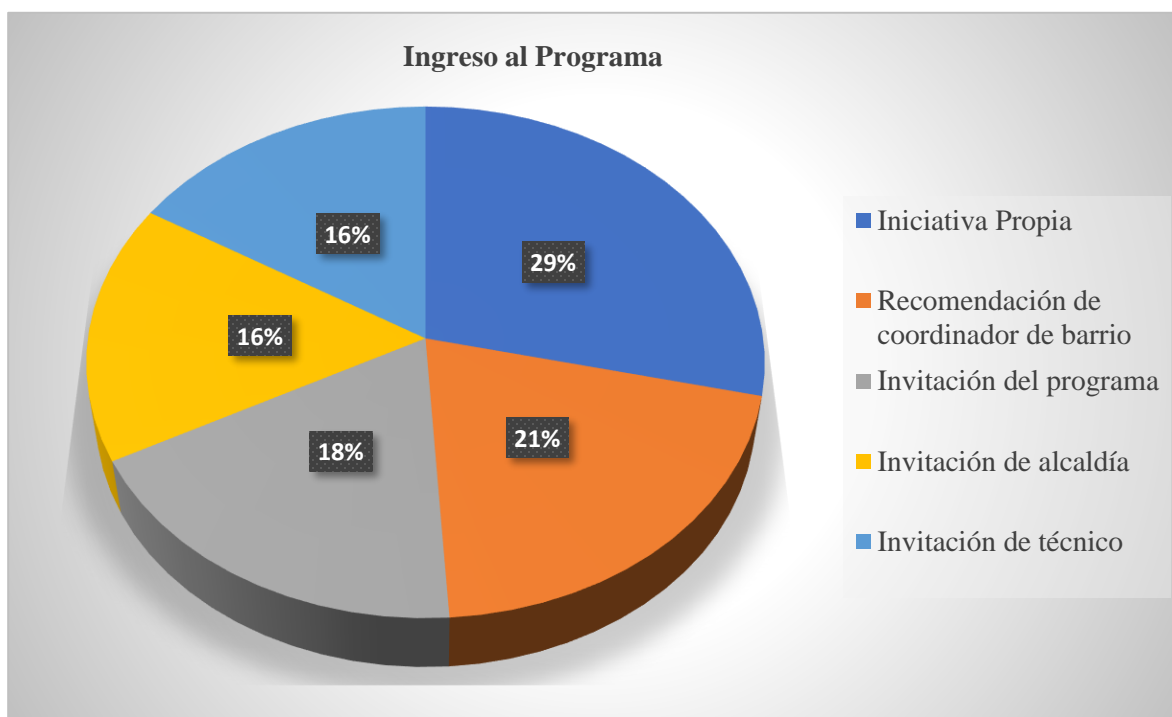
GENERALIDADES			
Ingreso al Programa	%	Sector de Marroquinería implementado en el negocio	%
Iniciativa Propia	28.57	Tapicería	28.57
Recomendación de coordinador de barrio	20.41	Textil	26.53
Invitación del programa	18.37	Mueblería	22.45
Invitación de alcaldía	16.33	Cuero	22.45
Invitación de técnico	16.33		

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 3 se aprecian las generalidades de la investigación, que permiten situar el contexto en el que se desarrolló el programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía. Destacan las formas de ingreso al programa y la distribución de los beneficiarios

en 4 categorías: Tapicería 28.57%, Textil 26.53%, mueblería 22.45% y coincidentemente cuero 22.45%.

Gráfico 1. *Ingreso al programa*



Así mismo el presente gráfico detalla específicamente los datos que están descritos en la tabla anterior; se muestra diferentes motivos que los beneficiarios presentaron cuando ingresaron al programa entre ellas se destacan las siguientes: el 29% explico por iniciativa propia, luego el 21% por recomendación de coordinadores de barrios, el 18% por invitación mismo del programa, y el 16% por invitación de alcaldía y técnico (ejecutora del programa).

Tabla 4. *Correlación de las variables ingreso al programa y sector de marroquinería.*

Correlaciones

			Como conoció el programa	sector de marroquinería
Rho de Spearman	Como conoció el programa	Coeficiente de correlación	1.000	.403**
		Sig. (bilateral)	.	.004
		N	49	49
	sector de marroquinería	Coeficiente de correlación	.403**	1.000
		Sig. (bilateral)	.004	.
		N	49	49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

(Análisis de potencia de prueba de correlación de Spearman para una muestra, 2023, P. 1). El coeficiente de correlación de orden de rangos de Spearman es una estadística no paramétrica basada en rango para medir la relación monotónica entre dos variables que suelen censurarse y no se distribuye normalmente. Un primer escenario permitió relacionar las variables siguientes: Medio de información por el cual ingreso al programa y Subsector artesanal con las siguientes categorías: tapicería, textil, mueblería y cuero.

Mediante el Análisis estadístico de correlación de Spearman se cruzaron las variables: Medio de información y Subsector artesanal. Los resultados muestran un 0.004 que explican que las variables que se consideraron no se corresponden de manera explicativa una de la otra. Sin embargo, como datos permiten situar una panorámica general y lo que si se aprecia es que los integrantes del programa fueron escogidos dentro de un marco general de negocios artesanales, se puede inferir además que son de corte urbano, que si son tradicionales o negocios establecidos y que buscan como desarrollarse mejor.

Indagaciones posteriores del equipo investigativo, permitieron que son negocios establecidos, tienen una doble condición; por un lado, atienden la demanda cautiva que cada negocio tiene, además de cumplir con otros clientes nuevos que pueden ser ubicados mediante ferias impulsadas por MEFCCA. Se puede decir que son exportadores incipientes. Este último aspecto al cual se hizo referencia se debe a que hasta el momento solo dos de los 49 miembros han logrado exportar. Las exportaciones las realizan por pedidos y se caracterizan por ser frecuentes intensificándose en ciertas épocas del año como por ejemplo diciembre.

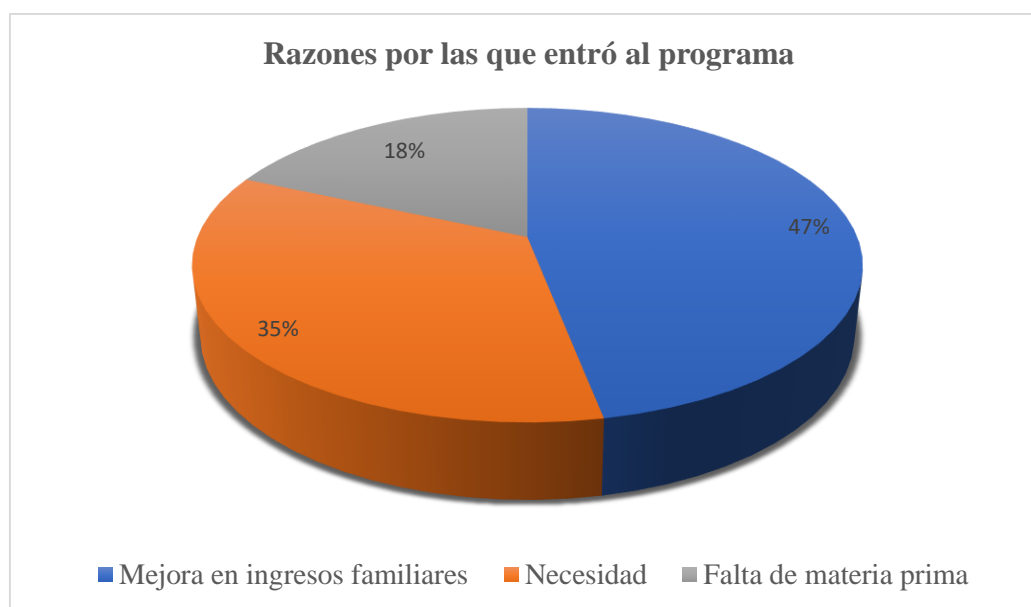
Tabla 5. *Generalidades de iniciación de los emprendimientos.*

GENERALIDADES			
Como era el Negocio antes del Programa	%	Razones por las que entró al programa	%
Estable	34.69	Mejora en ingresos familiares	46.94
Vendía Poco	28.57	Necesidad	34.69
No contaba con suficiente materia prima	24.49	Falta de materia prima	18.37
Compraba más materia prima	12.25		
Obstáculos al iniciar el emprendimiento			
Falta de dinero	28.57		
Falta de empleo	22.45		
Falta de mano de obra	18.37		
Ninguno	14.29		
Falta de materia prima	12.24		
Poco apoyo	4.08		

Nota: Elaboración propia.

Los datos describen los diferentes medios de información que permitieron a los beneficiarios entrar al programa. El 46.94% fue para mejora de sus ingresos familiares, el 34.69% por necesidad de llevar adelante una actividad económica y el 18.37% por falta de materia prima para la elaboración de sus productos.

Gráfico 2. Razones por la que los beneficiaron entraron al programa.



En el gráfico se narra las diferentes razones por la que los beneficiarios entraron al programa: el 47% para mejorar sus ingresos familiares, el 35% por necesidad y el 18% por falta de materia prima.

También dentro de las generalidades se expresaron dos condiciones por un lado se diferencié la línea base donde se describe como percibían los usuarios que era el negocio antes de su ingreso al programa. A continuación, se narran estos aspectos: El 34.69% de los afirma que el negocio era estable, en tanto el 28.57% afirma que vendía poco, mientras un 24.49% expreso que no contar con suficiente materia prima, mientras que de manera

similar un 12.25% opina que si entraba al programa se facilitaría la compra de materia prima.

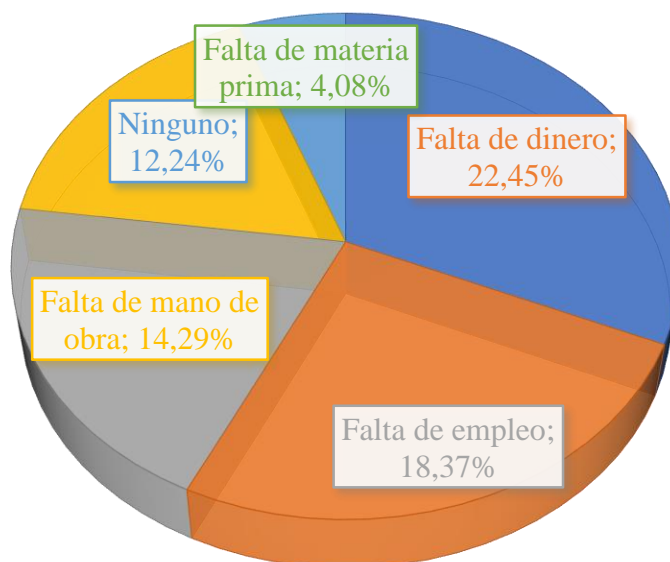
Gráfico 3. Rendimiento de los negocios antes del programa.



Antes que los beneficiarios ingresaran al programa presentaron dificultades que no les permitía desarrollarse, entre ellas están: el 35% manifestaba que era estable lo que significaba que no aumentaba ni disminuía, el 29% vendía poco, luego el 24% decía no contar con suficiente materia prima para incrementar su producción y el 12% manifestaba que compraba más materia prima pero que estas las obtenían a un precio alto y perdían el poder adquisitivo.

Gráfico 4. Obstáculos al iniciar el emprendimiento.

OBSTÁCULOS AL INICIAR EL EMPRENDIMIENTO



También los beneficiarios demostraban que tuvieron obstáculos para iniciar su negocio las cuales están: el 22.45% a falta de dinero por lo tanto tuvieron la iniciativa de crear su emprendimiento que les permitiera incrementar sus ingresos, luego el 18.37% a falta de empleo que de igual manera creando un negocio lograrán aumentar su capital, el 14.29% se debe a la falta de mano de obra, el 12.24% no tuvieron ningún obstáculo y el 4.08% a falta de materia prima.

Tabla 6. *Correlaciones de las variables de iniciación de los negocios.*

Correlaciones

	Cuáles	
Cuáles fueron los obstáculos que tuvo al comenzar su emprendimiento	fueron las razones por las que entro al programa	Como era su negocio antes de entrar al programa

Rho de Spearman	Cuáles fueron los obstáculos que tuvo al comenzar su emprendimiento	Coeficiente de correlación	1.000	.434**	.324*
		Sig. (bilateral)	.	.002	.023
		N	49	49	49
	Cuáles fueron las razones por las que entro al programa	Coeficiente de correlación	.434**	1.000	.263
		Sig. (bilateral)	.002	.	.068
		N	49	49	49
	Como era su negocio antes de entrar al programa	Coeficiente de correlación	.324*	.263	1.000
		Sig. (bilateral)	.023	.068	.
		N	49	49	49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

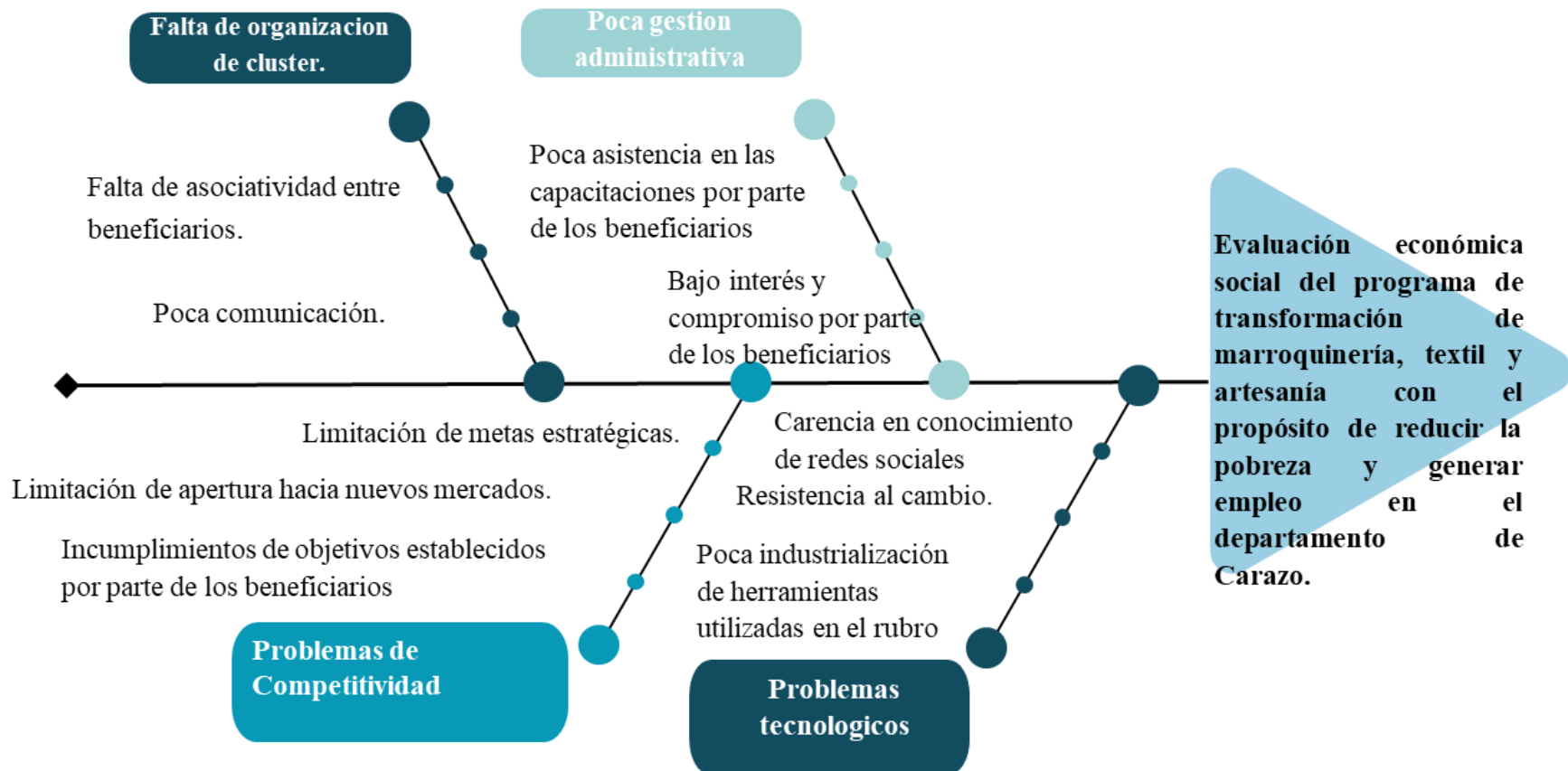
Averiguaciones adicionales del equipo investigador determino que el 100% de los beneficiarios no están asociados entre sí, la principal limitante para no asociarse es debido a que no tienen un nivel académico superior. Por ejemplo, los miembros del programa desconocen herramientas como el diamante de competitividad de Michael Porter donde desaprovechan oportunidades tales como transferencia de conocimiento, pérdida del poder de negociación con proveedores, nuevos mercados y de la de diversificación de sus productos.

Para conocer la situación de los diferentes emprendimientos se dio paso a la realización de un instrumento previo (encuesta) para reafirmar las causas-efectos planteados en el diagrama de Ishikawa, “técnica usada para identificar las posibles causas de un problema central, usado también para mejorar procesos y recursos en una organización” (Coletti, 2010); así determinar las problemáticas que presentan los beneficiarios las cuales impiden su desarrollo económico y empresarial.

Dentro de la metodología se decidió realizar el análisis causa-efecto para poder analizar las problemáticas o éxitos dentro del programa. Cuáles fueron las posibles dificultades dentro del entorno social de los beneficiarios y como esto se relaciona con el éxito del programa para ello se procedió a realizar el diagrama de Ishikawa. En este caso se presentó el diagrama de Ishikawa con el tema *Evaluación económica-social del programa de Transformación de Calzado y Marroquinería con el propósito de reducir la pobreza y generar empleo en el departamento de Carazo*. Creando así las dimensiones que corresponde a la falta de organización de clúster, a la poca gestión administrativa, a los problemas de competitividad y los problemas tecnológicos que enfrentan los beneficiarios de este programa.

Ilustración 1. *Diagrama Ishikawa de las problemáticas encontradas mediante el instrumento previo.*

Diagrama de Ishikawa



Nota: Elaboración propia.

6.2.Segunda Fase Monitoreo Situación Actual.

Concluida la primera fase del diagnóstico previo se procedió a analizar los resultados del segundo instrumento de monitoreo con el fin de reconocer las debilidades y dar pautas de los emprendimientos a pequeñas empresas.

Tabla 7. *Capacitaciones y asesoramiento durante la implementación del programa.*

CAPACITACIONES			
Capacitaciones recibidas actualmente	%	Implementación de las capacitaciones recibidas	%
SI	63.27	SI	97.96
NO	36.73	NO	2.04
Frecuencia de Capacitaciones		Satisfacción de atención técnico (Escala 0-5)	
Mensual	24.49	5	46.94
Inicial	20.41	4	38.78
Semanal	18.37	3	14.28
Quincenal	18.37		
Anual	10.20		
Nunca	8.16		

Nota: Elaboración propia.

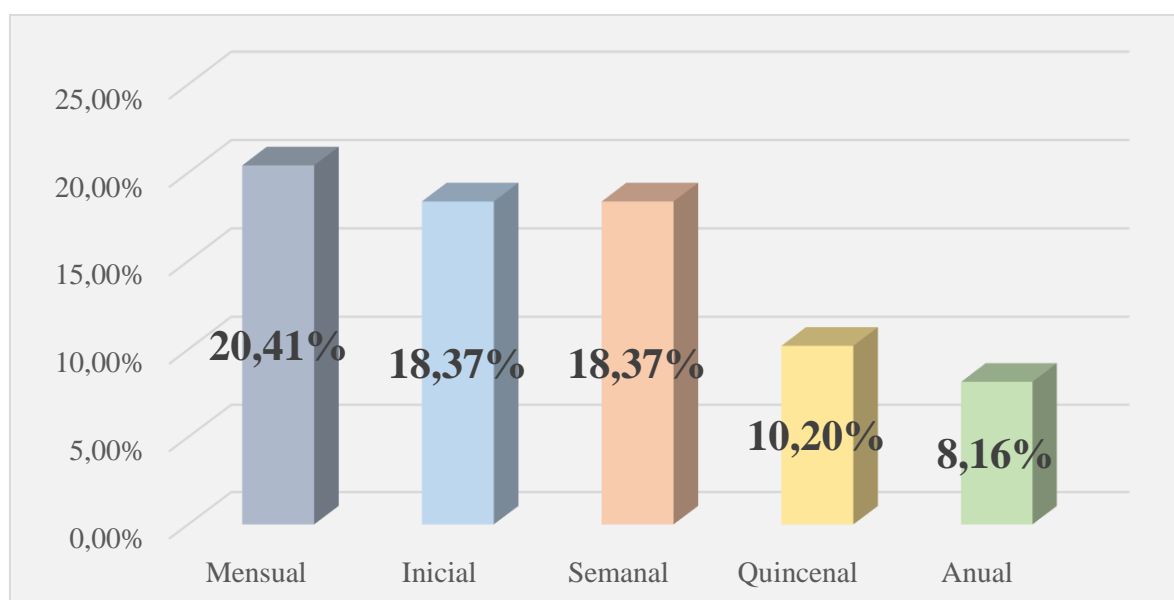
Actualmente el 63.27% de los usuarios del programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía expresa que han recibido capacitaciones; el 100% de las capacitaciones las ha brindado el MEFCCA, de las cuales el 75.41% han sido financiera, administrativa el 10.20%, el 8.16% técnica y visión empresarial; el 6.12% con una

frecuencia mensual de 24.49%, solo recibió capacitación inicial, 20.41%, semanal y quincenal 18.37%, 10.20% anual, y el 8.16% nunca han recibido.

El 97.96% de los beneficiarios la implementaron por lo que tienen un plan de asesoramiento. Mientras el restante 2.04% no han implementado las capacitaciones para mejora de sus capacidades.

El grafico representa las capacitaciones recibidas, así como su debida implementación donde el 63.27% las recibe actualmente y el 36.73% no las recibe; así mismo el 97.96% ha implementado en su negocio y el 2.04% no ha implementado.

Gráfico 5. *Frecuencia de capacitaciones.*



Los beneficiarios asisten a una frecuencia de capacitaciones las cuales son las siguientes: el 20.41% mensual, el 18.37% inicial cuando se dio entrega de la materia prima, con el mismo porcentaje semanal, el 10.20% quincenal y el 8.16% anual.

Tabla 8. *Correlaciones de los planes de capacitación en el programa.*

Correlaciones

			Tuvo algún plan de capacitación durante su participación en el programa	Cada cuanto recibió las capacitaciones	Implemento lo aprendido en capacitaciones	Califique del 0 al 5. cómo ha sido la atención del técnico hacia los beneficiarios
Rho de Spearman	Tuvo algún plan de capacitación durante su participación en el programa	Coefficiente de correlación	1.000	.483**	.484**	-.334*
		Sig. (bilateral)	.	.000	.000	.019
		N	49	49	49	49
Cada cuanto recibió las capacitaciones	Cada cuanto recibió las capacitaciones	Coefficiente de correlación	.483**	1.000	.234	-.207
		Sig. (bilateral)	.000	.	.106	.153
		N	49	49	49	49
Implemento lo aprendido en capacitaciones	Implemento lo aprendido en capacitaciones	Coefficiente de correlación	.484**	.234	1.000	-.234
		Sig. (bilateral)	.000	.106	.	.105
		N	49	49	49	49

Correlaciones

		Tuvo algún plan de capacitación durante su participación en el programa	Cada cuanto recibió las capacitaciones	Implemento lo aprendido en capacitaciones	Califique del 0 al 5. cómo ha sido la atención del técnico hacia los beneficiarios
Califique del 0 al 5. cómo ha sido la atención del técnico hacia los beneficiarios	Coefficiente de correlación	-.334*	-.207	-.234	1.000
	Sig. (bilateral)	.019	.153	.105	.
	N	49	49	49	49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

El plan 91.84% han recibido asesoramiento técnico, en tanto que el 8.16% no tuvo un plan de asesoramiento. En una escala del 0-5 el 46.94% calificaron con 5 o sea excelente la atención del técnico, el 38.78% calificaron el nivel de atención del técnico con 4 o sea muy bueno, y el 14.28% calificaron con 3 la atención del técnico.

Tabla 9. *Crecimiento y cuantificación de los negocios.*

CRECIMIENTO

Manera de medir el Crecimiento empresarial	%	Cuantificación del crecimiento	%
--	---	--------------------------------	---

Incremento en ingreso familiar	38.77	Mejora en ganancia	36.73
Diversificación de productos	24.49	Aumento de capital	32.65
Mejora en infraestructura	18.37	Incremento en las ventas	24.49
Aumento en volumen de producción	16.33	Mejora en estructura del taller	4.09
Mayor mercado	2.04	Mayor producción	2.04

Nota: Elaboración propia.

El crecimiento económico es el punto de partida del desarrollo económico. “expandir o realizar las potencialidades con que se dé cuenta acceder gradualmente a un estado más pleno, mayor o mejor” (Daly, 1991). Tanto a nivel macroeconómico como microeconómico. El asunto radica en que no puede haber desarrollo si no hay condiciones económicas para desarrollarse; es decir más y mejor producción, mayor nivel de empleo, más ingresos y más ganancias. En este apartado se abordará esta importante relación, entre el crecimiento y la cuantificación del mismo. Es importante recalcar antes de entrar al análisis detallado de los números, que, al fortalecerse las condiciones microeconómicas, se mejora el tejido microeconómico y se fortalecen las condiciones antecedentes al crecimiento macroeconómico. Es decir, el tejido microeconómico, es la garantía del crecimiento macroeconómico; y de la distribución de los ingresos generadores del desarrollo, al fortalecer distintos aspectos de la economía, como se plantea el programa objeto de investigación.

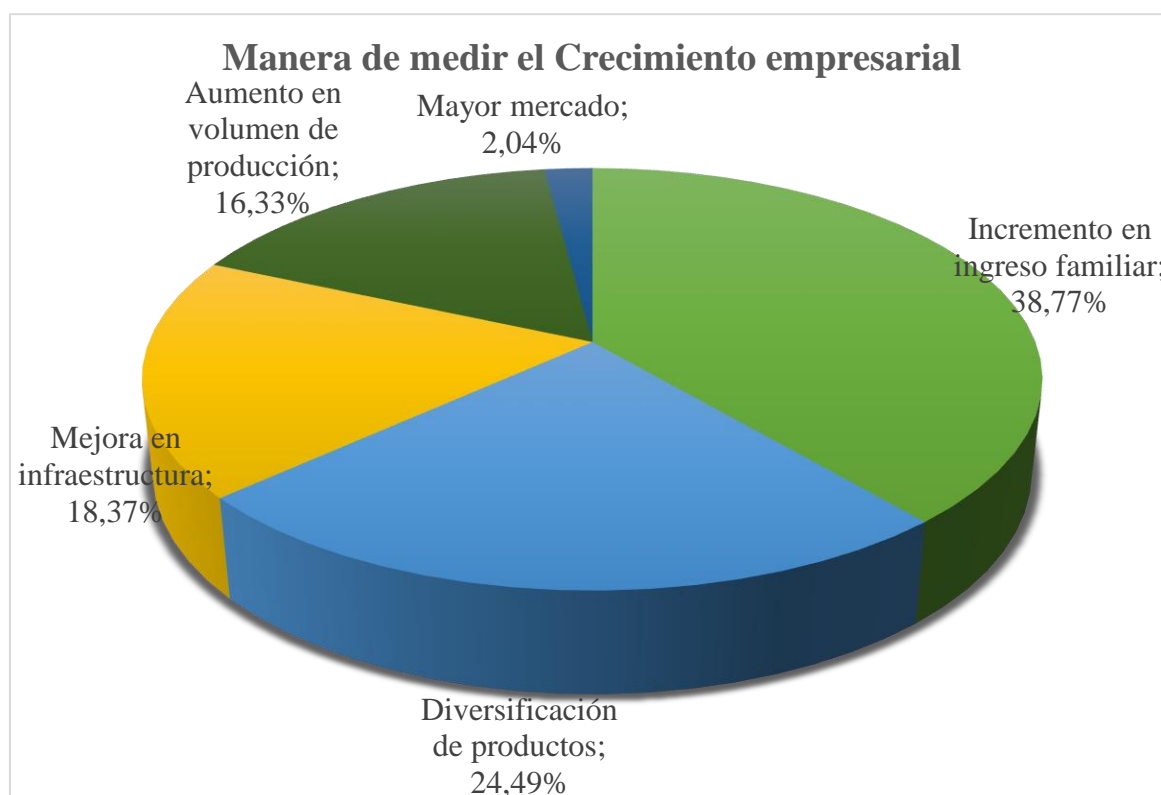
En el presente ítem se abordarán dos aspectos, en primer lugar, se analizará como se midió el crecimiento y en un aspecto paralelo se cuantificará como los usuarios del programa cuantifican el crecimiento.

La manera de medir el crecimiento empresarial en los negocios fue descrita por medio de una serie opciones que se plantearon en las encuestas: el 38.78% de los usuarios

manifestó tener crecimiento en los ingresos, el 24.49% de los encuestados afirmó que la forma más apropiada de medir el crecimiento fue mediante la diversificación de productos, mejora de la infraestructura fue reconocida por el 18.37% de los usuarios del programa, como medio de medir el ingreso; en tanto el aumento del volumen de producción fue considerado por el 16.33% como forma de medir el ingreso, finalmente el 2.04% reconoció mayor mercado, como la manera de percibir el crecimiento empresarial.

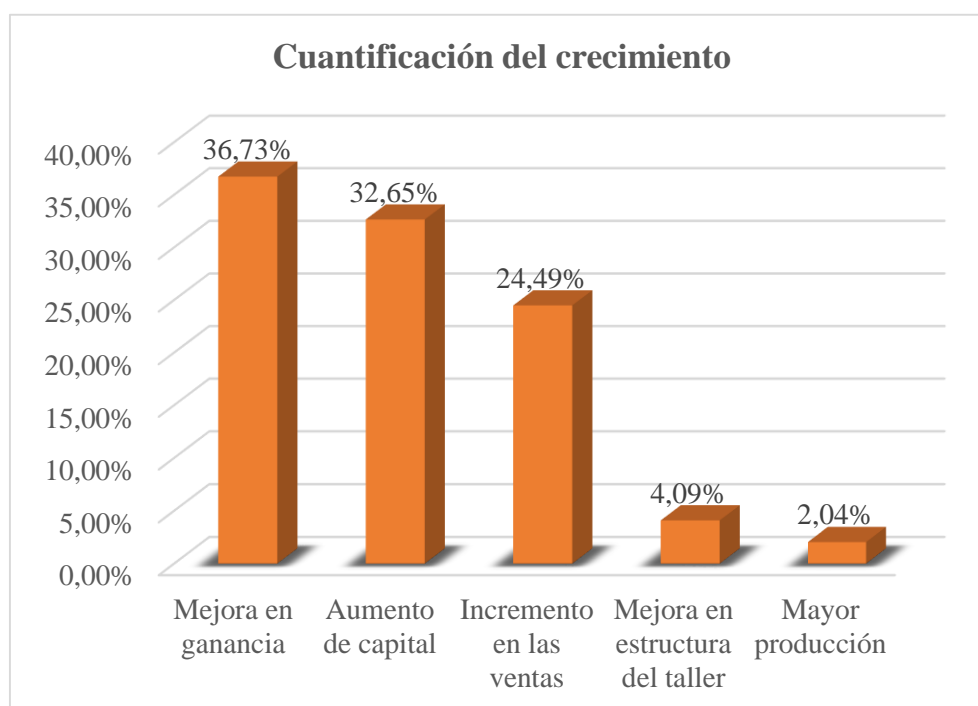
Respecto al acápite de cuantificación del crecimiento empresarial; Mejora en las ganancias resultó con un 36.73 %, el aumento del capital destaca como segunda forma de cuantificar el crecimiento con un 32.73 %, incremento en las ventas resultó con un 24.49 % y con menos relevancia fueron escogidas las opciones de mejora en la infraestructura del taller y mayor producción con 4.09 % y 2.04% respectivamente.

Gráfico 6. *Crecimiento empresarial.*



A continuación, se describe las maneras de medir el crecimiento empresarial por medio de un gráfico donde se presenta los siguientes ítems: el 38.77% los beneficiarios respondieron a incremento familiar, el 24.49% a diversificar sus productos, luego el 18.37% a mejorar su infraestructura, el 16.33% al aumento del volumen de su producción y finalmente el 2.04% a mayor mercado.

Gráfico 7. *Cuantificación del crecimiento.*



Los beneficiarios determinaban que la cuantificación de su crecimiento se debía de la siguiente manera; el 36.73% a mejorar sus ganancias, el 32.65% se debe al aumento de su capital, el 24.49% al incremento de sus ventas, el 4.09% a mejorar en estructura del taller y el 2.04% a obtener mayor producción.

Tabla 10. *Correlación del crecimiento y cuantificación de los negocios.*

Correlaciones

			De qué manera ha crecido empresarialmente	Como puede cuantificar su crecimiento
Rho de Spearman	De qué manera ha crecido empresarialmente	Coeficiente de correlación	1.000	.320*
		Sig. (bilateral)	.	.025
		N	49	49
	Como puede cuantificar su crecimiento	Coeficiente de correlación	.320*	1.000
		Sig. (bilateral)	.025	.
		N	49	49

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

En tanto al observar la correlación de estas variables se aprecia un nivel bajo de correlación con .320. Al analizar este valor se encuentra un nivel bajo de relación, a pesar de que teóricamente están bien escogidos, el comportamiento de la incidencia relativamente baja de una variable en la otra puede ser explicado por el bajo nivel de asociatividad e integración que tienen las empresas lo que incide en el fortalecimiento y desarrollo de sus condiciones externas, así como en un bajo proceso de desarrollo empresarial al no contar con la debida fortaleza interna.

Tabla 11. *Contribución del programa en el crecimiento familiar.*

CONTRIBUCIÓN DEL PROGRAMA AL CRECIMIENTO FAMILIAR

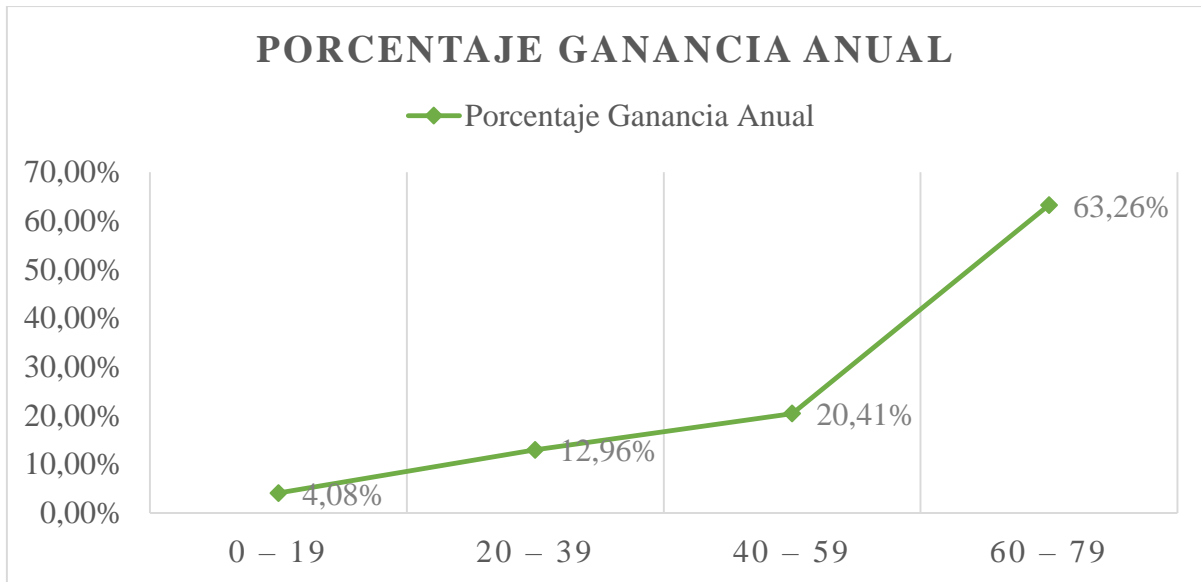
El negocio es la fuente principal de Ingresos	%	Mejora de condición Familiar	%
SI	100	SI	75.51
NO	0	NO	24.49

Porcentaje Ganancia Anual	%	Porcentaje crecimiento Familiar	%
0 – 19	4.08	60 – 74	46.93
20 – 39	12.96	45 – 59	32.65
40 – 59	20.41	30 – 44	20.40
60 – 79	63.26		

Nota: Elaboración Propia.

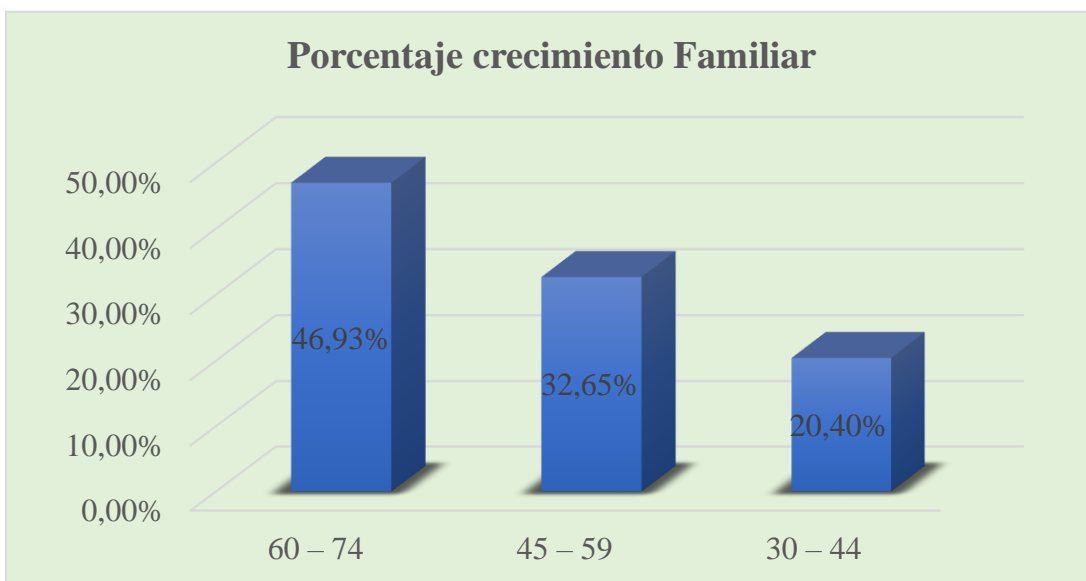
Con un rotundo si, el 100% de los beneficiarios respondió que la fuente principal de sus ingresos proviene de los negocios establecidos, siendo esta la causa por la cual no pueden tener un desarrollo, debido a que los ingresos no son destinados en un porcentaje significativo para la mejora de su infraestructura. La cual esta directamente vinculada a su nivel tecnológico, por tanto, a mejorar sus capacidades de producción a escala.

Gráfico 8. *Porcentaje de ganancia anual.*



El porcentaje de ganancia anual en escalas porcentuales estima lo siguiente; el 4.08% obtuvieron ganancias a una escala de 0-19%, el 12.96% a una escala del 20-39%, luego el 20.41% a una escala de 40-59% y finalmente el 63.26% a una escala de 60-79%.

Gráfico 9. *Porcentaje de crecimiento familiar.*



El porcentaje de crecimiento estima lo siguiente: el 46.93% aumento en una escala de 60-74%, luego el 32.65% a una escala de 45-59% y finalmente el 20.40% en una escala porcentual de 30-44%.

Tabla 12. *Correlación de la contribución de los negocios al crecimiento familiar.*

			Correlaciones			
			El negocio es la fuente principal de sus ingresos			
			El porcentaje del negocio para su crecimiento familiar			
			porcentaje de CRECIMIENTO			
			O			
Rho de Spearman	El negocio es la fuente principal de sus ingresos	Coefficiente de correlación	1.000	.336*	-.156	.262
		Sig. (bilateral)	.	.018	.285	.069
		N	49	49	49	49
	porcentaje del negocio para su crecimiento familiar	Coefficiente de correlación	.336*	1.000	.071	.321*
		Sig. (bilateral)	.018	.	.630	.024
		N	49	49	49	49

Porcentaje	Coefficiente de correlación	-.156	.071	1.000	-.052
	Sig. (bilateral)	.285	.630	.	.722
	N	49	49	49	49
CRECIMIENTO	Coefficiente de correlación	.262	.321*	-.052	1.000
O	Sig. (bilateral)	.069	.024	.722	.
	N	49	49	49	49

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

El análisis correlacional entre: Fuente principal de ingresos y el crecimiento empresarial, muestra un nivel de correlación bajo con .262 lo que significa que los beneficiarios no destinan tanto dinero a la mejora continua de su negocio, por lo que sus negocios tienden a estancarse perdiendo posibilidades de generar ventaja competitiva.

Respecto a la correlación entre el porcentaje de capital destinado al crecimiento familiar y si el negocio es la fuente principal de sus ingresos; se puede afirmar que destinan más capital al consumo familiar, que a la mejora de su emprendimiento; sin percibir que, al mejorar el negocio, van a poder balancear mejor ambas situaciones.

6.3.Tercera Fase De Gabinete De Los Emprendimientos.

En la tercera fase muestra el análisis de los datos mediante la aplicación del SPSS el cual arroja los resultados para determinar la evaluación de los negocios con el diamante de competitividad de Michael Porter.

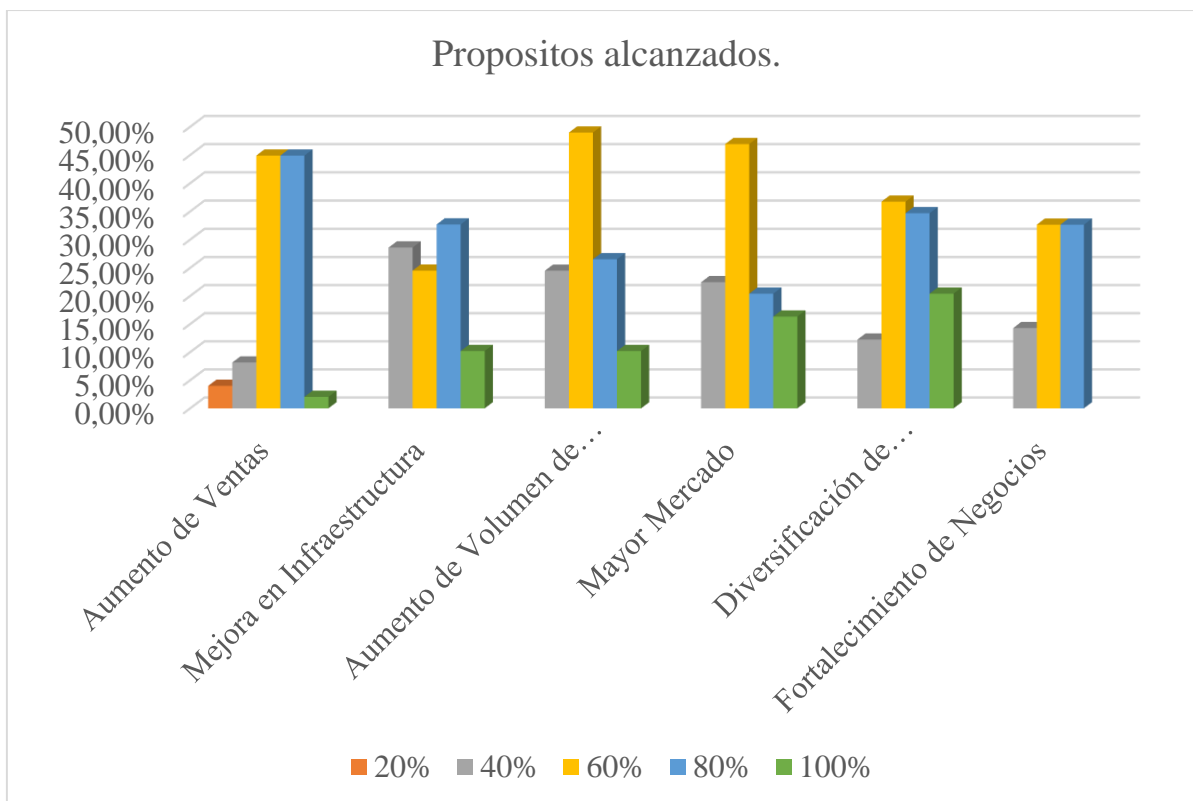
Es importante reconocer que el SPSS permitió correlacionar variables, de este modo se puede reconocer la incidencia de una variable sobre la otra, esto es importante para poder evaluar el programa y los impactos.

Tabla 13. *Propósitos alcanzados de los beneficiarios a través del programa.*

Propósitos Alcanzados a través del Programa						
	0	1	2	3	4	5
Aumento de Ventas			8.16%	44.90%	44.90%	2.04%
Mejora en Infraestructura	4.01%		28.6%	24.5%	32.7%	10.2%
Aumento de Volumen de Producción			24.49%	48.98%	26.53%	
Mayor Mercado			22.45%	46.94%	20.41%	10.20%
Diversificación de Producto/Servicio			12.24%	36.73%	34.69%	16.33%
Fortalecimiento de Negocios			14.29%	32.65%	32.65%	20.41%

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 10. *Propósitos alcanzados mediante el programa.*



Los negocios encuestados reflejan que entre el 60 y 80% han obtenido un aumento de ventas del 44.90% debido a sus participaciones en feria, y en la reducción de compra de materia prima; el 32.7% ha mejorado la infraestructura de su negocio, el 48.98% corresponde a el aumento del volumen de producción, ya que hay temporadas donde hay aumento de producción, el 46.94% de los negocios ha ampliado su mercado debido a su participación en las ferias donde logra captar más clientes y generar más ganancia, el 36.73 y el 34.69% de los encuestados respondieron que entre un 60 y 80% han diversificado los productos, ya que han aprendido a innovar con los materiales brindados, con un empate el 32.65% con un 60 y 80% han fortalecido sus negocios después de haber entrado al programa, ya que han obtenido mayores beneficios y más apoyo.

Tabla 14. *Correlaciones de los propósitos alcanzados de los beneficiarios en el programa.*

Correlaciones

			Aumento de Ventas	Mejora de la infraestructura	volumen de Producción	Mayor Mercado	Diversificación de productos o servicios	Fortalecimiento de los negocios
Rho de Spearman	Aumento de las Ventas	Coefficiente de correlación	1.000	.568**	.302*	.326*	.251	.144
		Sig. (bilateral)	.	.000	.035	.022	.082	.325
		N	49	49	49	49	49	49
	Mejora de la infraestructura	Coefficiente de correlación	.568**	1.000	.301*	.394**	.186	.123
		Sig. (bilateral)	.000	.	.036	.005	.200	.401
		N	49	49	49	49	49	49
	volumen de Producción	Coefficiente de correlación	.302*	.301*	1.000	.297*	.322*	.079

Correlaciones

		Aumento de Ventas	Mejora de la infraestructura	Incremento de volumen de Producción	Mayor Mercado	Diversificación de productos o servicios	Fortalecimiento de los negocios
	Sig. (bilateral)	.035	.036	.	.038	.024	.589
	N	49	49	49	49	49	49
Mayor Mercado	Coefficiente de correlación	.326*	.394**	.297*	1.000	.196	.285*
	Sig. (bilateral)	.022	.005	.038	.	.177	.047
	N	49	49	49	49	49	49
Diversificación de productos o servicios	Coefficiente de correlación	.251	.186	.322*	.196	1.000	.074
	Sig. (bilateral)	.082	.200	.024	.177	.	.613

Correlaciones

		Aumento de Ventas	Mejora de la infraestructura	Incremento de Producción	Mayor Mercado	Diversificación de productos o servicios	Fortalecimiento de los negocios
	N	49	49	49	49	49	49
Fortalecimiento de los negocios	Coefficiente de correlación	.144	.123	.079	.285*	.074	1.000
	Sig. (bilateral)	.325	.401	.589	.047	.613	.
	N	49	49	49	49	49	49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Los propósitos alcanzados a través del programa se reflejan los siguientes porcentajes más altos de cada ítems: el aumento de las ventas con una escala de 3 y 4 con un 44.90%, lo que suma un 89.8 % de impacto relacionado a la mejora de las ventas según opinaron los encuestados, en diversificación de productos con una escala de 3 en un porcentaje de 36.73%, 4 en un porcentaje de 34.69%, que sumado representa 71,42%, fortalecimiento de los negocios existentes con una escala de 3 y 4 con un porcentaje de

32.65%, mejora en la infraestructura en una escala de 4 con un porcentaje de 32.7%, y aumento en el volumen de producción con una escala de 3 en un porcentaje de 48.98%, mayor mercado en una escala de 3 en un porcentaje de 46.94%.

En cuanto al análisis correlacional, se afirma con un alto nivel de significancia estadística que las variables mejoran de infraestructura y aumento de las ventas, así como mejora de la infraestructura y mayor mercado, y mejora de la infraestructura y diversificación de la producción. Muestran un valor positivo y significativo que demuestra la relación directa de mejora de la infraestructura con estos otros cambios a nivel de los negocios lo que conduce a la progresión del negocio.

Por tanto, la mejora de la infraestructura se puede interpretar como cambio técnico y más específicamente vinculado al proceso de producción en serie del negocio, lo que incide directamente en varias otras variables directamente vinculadas al crecimiento empresarial. Por tanto, se afirma que el cambio técnico incide más en el progreso del negocio que la mejora del capital de trabajo.

Tabla 15. *Estudios y planes estratégicos de los beneficiarios en los emprendimientos.*

NEGOCIO			
Estudio para conocer gustos/preferencias de clientes	%	Tiene Base de datos de sus clientes	%
NO	83.67	SI	10.20
SI	16.33	NO	89.80
Planes Estratégicos		Crecimiento del negocio post programa (Escala 0-5)	
Corto plazo	51.02	4	48.98
Ninguno	38.78	3	28.57
Mediano plazo	6.12	5	20.41
Largo plazo	4.08	2	2.04
Manera de diversificar/ampliar su negocio	Planes de diversificar/ampliar su negocio		
Ninguna	46.9	SI	53.06
Ampliar producción	42.3	NO	46.94
Aumentar mano de obra	34.62		
Comprar maquinas industriales	19.23		
Ampliar negocio	3.85		

Nota: Elaboración propia.

Tabla 16. *Correlación de los estudios y estrategias de los beneficiarios en los emprendimientos.*

Correlaciones

	Ha realizado estudio para conocer gustos de sus clientes	Tiene base de datos de planes estratégicos de Emprendimientos fijos	Tiene planes de diversificar y/o ampliar su negocio	Tiene planes de diversificar y/o ampliar su negocio	de qué manera diversificaría y/o ampliaría su negocio	o su negocio después del programa	
Rho de Spearman	Ha realizado estudio para conocer los gustos de sus clientes	1.000	.398*	-.007	.194	.013	-.028
	Sig. (bilateral)	.	.005	.965	.181	.950	.851
	N	49	49	49	49	26	49
	Tiene base de datos de sus clientes fijos	.398**	1.000	-.056	-.088	-.267	.465**
	Sig. (bilateral)	.005	.	.704	.547	.187	.001
	N	49	49	49	49	26	49
	planes estratégicos de Emprendimientos	-.007	-.056	1.000	.286*	-.349	-.227

Correlaciones

		Ha realiza do	Tiene base de datos de sus clientes fijos	Emprendimi ento	Tiene planes de diversifi car y/o ampliar su negocio	de qué manera diversific aría y/o su negocio	crecid o su negoci o despué s del progra ma
ento	Sig. (bilatera l)	.965	.704	.	.046	.081	.117
	N	49	49	49	49	26	49
Tiene planes de diversificar y/o ampliar su negocio	Coficie nte de correlaci ón	.194	-.088	.286*	1.000	.	-.481**
	Sig. (bilatera l)	.181	.547	.046	.	.	.000
	N	49	49	49	49	26	49
de qué manera diversificaría y/o ampliaría su negocio	Coficie nte de correlaci ón	.013	-.267	-.349	.	1.000	-.440*
	Sig. (bilatera l)	.950	.187	.081	.	.	.025

Correlaciones

		Ha	realiza	do	Tiene	base	Tiene	planes	de qué	manera	negoci	o	después	del	progra	ma
	N	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
Califique de 0 al 5 cuanto ha crecido su negocio después de entrar al programa	Coeficiente de correlación	-.028	.465*	-.227	-.481**	-.440*	1.000									
	Sig. (bilateral)	.851	.001	.117	.000	.025	.									
	N	49	49	49	49	49	49	26	49	26	49	26	49	26	49	49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a la existencia de registro de una base de datos de sus clientes el 89.80% de los beneficiarios no la posee por lo que no necesitan llevar un control porque sus clientes son diversos y no son fijos mientras que el 10.20% llevan a cabo un registro debido a que son clientes que han estado por mucho tiempo, esto conlleva a que mientras no exista un registro de clientes permite que el 83.67% limite a conocer los gustos y preferencias para

innovar e incrementar su producción y el 16.33% han realizado estudios para así mejorar su crecimiento en su emprendimiento.

Un aspecto a resaltar es que si los usuarios del programa realizaran una base de datos de sus clientes, podrían mejorar consistentemente sus negocios, porque podrían fidelizar los clientes, ellos estiman que sus clientes son variados y no creen que sea importante llevar un registro de los mismos, sin embargo si es importante desarrollar este proceso, y buscar como por medio de redes sociales y otras formas de difusión, generar condiciones que les permitan mejorar sus relaciones con los clientes e impulsar sus productos

En cuanto al crecimiento del negocio después de entrar al programa en una escala de 2-5 donde 4 refleja el 48.98%, el 3 con un 28.57%, 5 un 20.41% y 2 con un 2.04%. Los beneficiarios mostraron que de acuerdo a su crecimiento después de entrar al programa tienen planes estratégicos mencionados en los siguientes ítems: El 53.06% tiene planes de diversificar y/o ampliar su negocio y el 46.94% no tiene interés de ampliar y/o diversificar su negocio. Los beneficiarios que prefieren ampliar el negocio expresaron lo siguiente; el 42.3% en ampliar la producción, también algunos contratarían personal en un 34.62%, así como reducir el tiempo de elaboración de productos mediante la compra de máquinas industriales en un 19.23% y ampliar el negocio con un 3.85%. Además de llevar a cabo planes estratégicos tiene un lapso de tiempo a corto plazo con un 51.02%, el 6.12% mediano plazo, el 4.08% largo plazo y el 38.78%, 46.9% no tiene ningún plan de diversificar y ampliar su negocio.

Mediante las correlaciones de las variables: realización de estudios de gustos y preferencias con la variable existencia de base de datos de clientes obtienen un valor de

.005, esto influye en la variable planes estratégicos de su emprendimiento, la manera de ampliarlo y el crecimiento que obtuvieron después del programa dado a que mientras los beneficiarios se relacionen más con sus clientes pueden planear estrategias de su emprendimiento, obtener conocimientos acerca de aumentar su producción, innovar en su productos, para lograr un crecimiento de emprendimientos a pequeñas empresas.

Tabla 17. *Volumen de ventas de los negocios antes y después del programa.*

VOLUMEN DE VENTAS C\$			
ANTES DEL PROGRAMA	%	DESPUES DEL PROGRAMA	%
500 – 2,499	52.80	500 – 2,499	46.90
2,500 – 4,499	10.20	2,500 – 4,499	12
4,500 – 6,499	12.20	4,500 – 6,499	10.10
6,500 – 8,499	6.10	6,500 – 8,499	10.10
8,500 – 10,499	10.20	8,500 – 10,499	6
10,500 – 12,499	4.10	10,500 – 12,499	10.20
12,500 – 14,499	0	12,500 – 14,499	4.1
14,500 – 16,499	2	14,500 – 16,499	0
16,500 - 18,499	0	16,500 - 18,499	2
18,500 - 20,499	0	18,500 - 20,499	0
20,500 – 22,499	0	20,500 – 22,499	0
22,500 - 24,499	2	22,500 - 24,499	0
24,500 – 26,499	0	24,500 – 26,499	2

Nota: Elaboración propia.

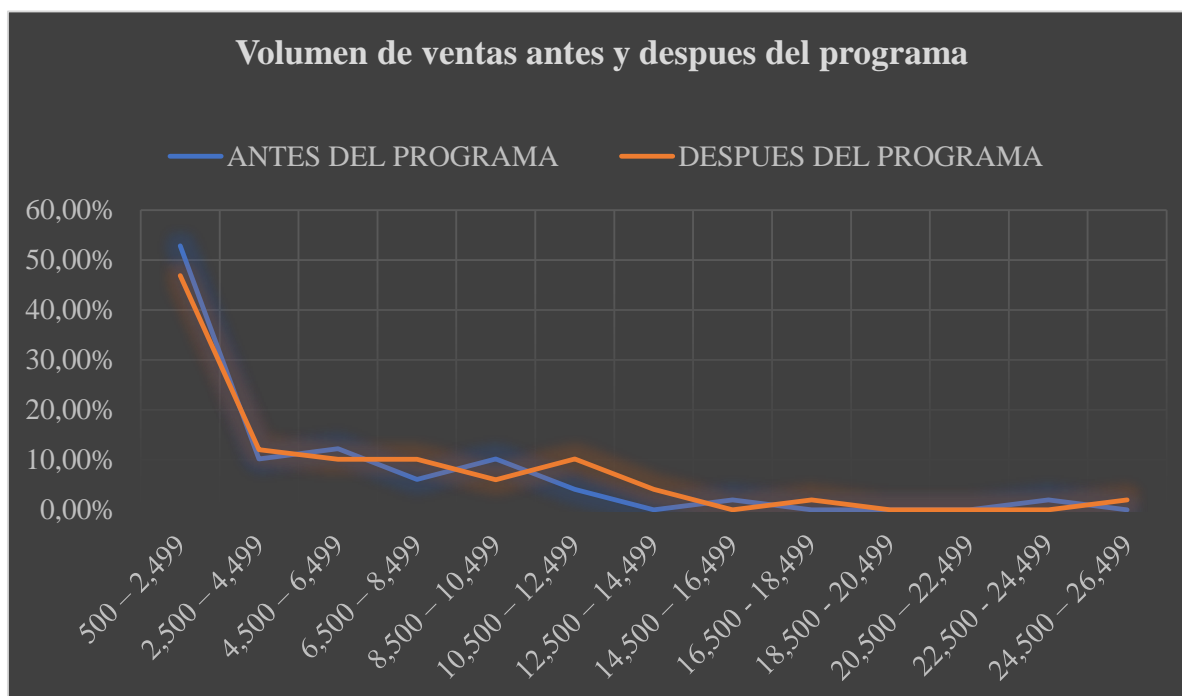
La rentabilidad económica incluye, según Aguirre et al. (1997) el cálculo de un margen que evalúa la productividad de las ventas para generar beneficios. Es por ende la rentabilidad económica de los emprendimientos no estaba siendo gestionada ni evaluada adecuadamente es por esto que el MEFCCA (Ministerio de Economía Familiar

Comunitaria, Cooperativa y Asociativa), a través del programa no solo brindo materia prima, sino que también enriquece de conocimiento con capacitaciones a los beneficiarios con distintos temas desarrollo tanto en lo social como lo económico.

Debido a lo antes dicho es por eso que el volumen de ventas antes del programa oscilaba de C\$500-2,499 con un porcentaje de 52.80% ya que al comprar materiales y el aumento de sus precios eran unos de los factores que influían al no obtener ganancias esperadas, mientras que al brindarle materias primas implicó mayor fuerza en las ganancias en un porcentaje de 46.90% debido a que el 12% de los beneficiarios empezaron a adquirir entre C\$2,500-4,499. El 12.20% corresponde a C\$4500-6,499 antes de ser partícipe del programa, donde el 10.10% representa que algunos emprendimientos obtuvieron un ingreso económico de C\$6,500-8,499 siendo el incremento más importante la cantidad antes mencionada.

Al evaluar la cantidad de C\$10,500-12,499 se puede determinar que el 4.10% y el 10.20% son porcentaje que demuestran cifras altas que son posterior al programa lo que significa que los emprendimientos utilizaron correctamente los materiales brindados y aplicaron cada enseñanza que el MEFCCA brinda a través de sus capacitaciones, finalmente en los estados resultados nos muestra que el 2% de los beneficiarios aumentaron con C\$24,500-26499.

Gráfico 11. *Volumen de ventas antes y después del programa.*



En el volumen de ventas de los negocios beneficiados por el programa de marroquinería, un 52.2% de los negocios ganaba alrededor de los C\$500 a C\$2,499 córdobas, viéndose una disminución después del programa con un 46.9% ya que algunos negocios no vieron mejoría ya que vendieron o no utilizaron la materia prima brindada por la institución, solamente un 5.9% logró ver mejoría luego del programa.

Sin embargo, se ha cumplido con los propósitos establecidos con el programa, debido a que algunos negocios presentaron mejoría después de recibir la materia prima; teniendo un desarrollo sostenible, y generando empleo.

Tabla 18. *Correlación del volumen de ventas de los emprendimientos antes y después del programa.*

Correlaciones

	Como ha sido su volumen de venta Antes de programa	Como ha sido su volumen de venta Después del programa
Rho de Spearman	1.000	.934**
Como ha sido su volumen de venta Antes de programa	Sig. (bilateral) N	.000 49
Como ha sido su volumen de venta Después del programa	.934** Sig. (bilateral) N	1.000 .000 49

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia.

Lo que se aprecia es que existió correlación significativa en una relativamente pequeña parte de los negocios, se pudo observar por parte de los investigadores que aportó más significativamente en las tapicerías, además que incide bastante el lugar donde estén ubicadas, por lo que son fenómenos externos al programa los que inciden en la mejora de los negocios, sin embargo este elemento no puede quedar fuera del programa y es que la ubicación es importante para mejorar las proyecciones del negocio.

Tabla 19. *Beneficios económicos y ferias organizadas que permitieron el crecimiento de los emprendimientos.*

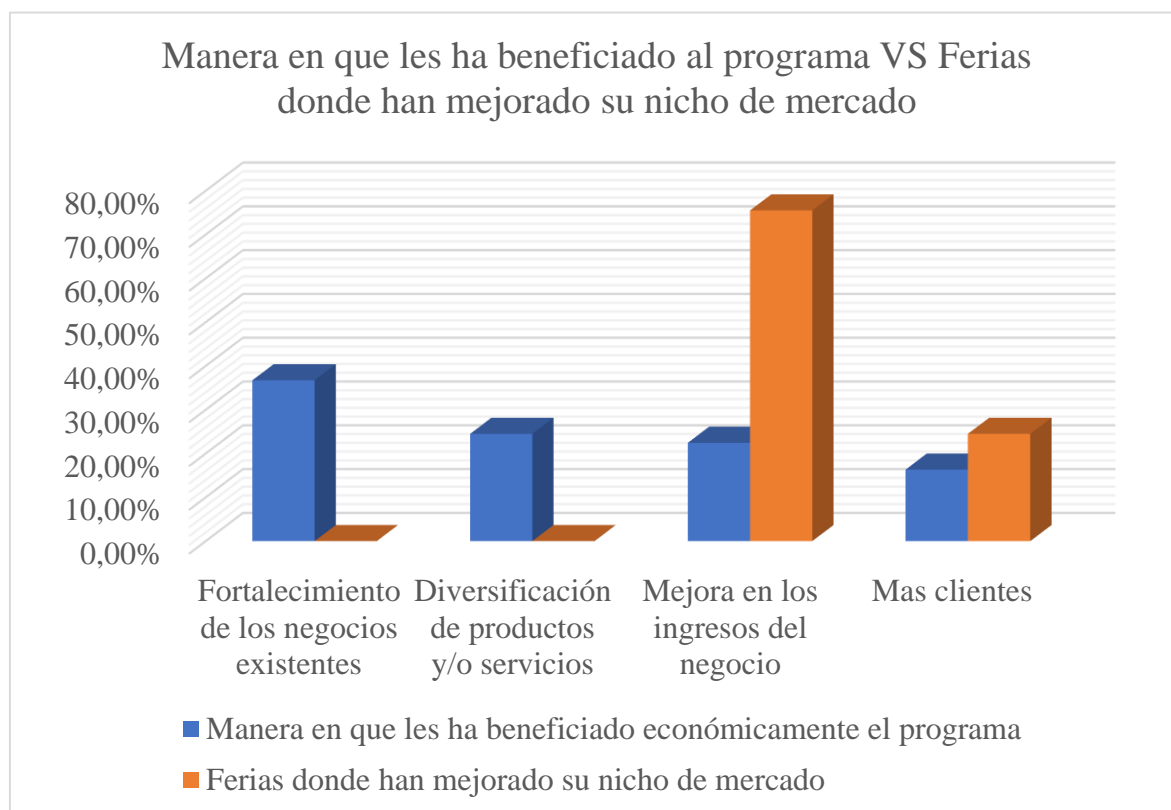
PROGRAMA

Manera en que les ha beneficiado económicamente el programa	%	Ferias donde han mejorado su nicho de mercado	%
--	---	--	---

Fortalecimiento de los negocios existentes	36.73	SI	75.51
Diversificación de productos y/o servicios	24.49	NO	24.49
Mejora en los ingresos del negocio	22.45		
Mas clientes	16.33		

Nota: Elaboración Propia.

Gráfico 12. Beneficios del programa y ferias para mejorar el nicho de mercado de los beneficiarios.

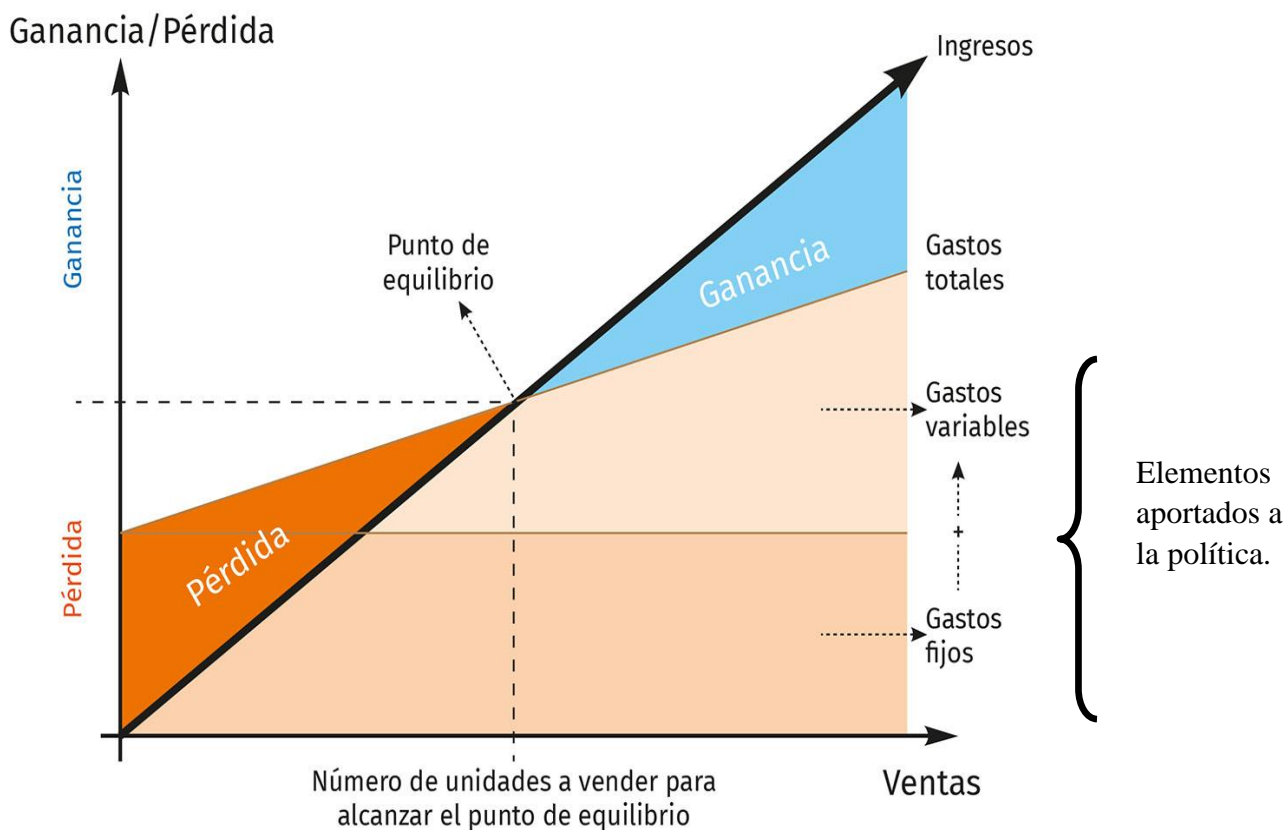


De acuerdo a los datos procesados a partir de las encuestas, los usuarios del programa han mejorado en un 75.51% su nicho de mercado, a través de las ferias, de esta manera les ha beneficiado económicamente el fortalecimiento de los negocios existentes.

Por otra parte, un 36.73%, afirma haber fortalecido sus negocios, debido a las ganancias que obtuvieron al no invertir en materias primas. Este aspecto consiste en dotar al negocio de un capital de trabajo, elemento esencial de objeto de política. La razón de

política económica en esta aplicación, está dirigida al sector informal y precario, para que logre alcanzar un nivel apropiado de capitalización, en el cual dispongan del capital de trabajo suficiente para pasar de la condición de emprendimiento a microempresa; con su correspondiente formalización. En la medida que este objetivo se logre, se están conformando las bases empresariales, al fortalecer el punto de equilibrio de corto plazo, lo que permite establecer el nivel mínimo requerido para que la empresa funcione y a partir del cual se desempeñaran los modelos microeconómicos de corto y mediano plazo, sucesivos en el desarrollo empresarial. El gráfico que se muestra a continuación ilustra lo mencionado.

Ilustración 2. Gráfico que representa el punto de equilibrio de los emprendimientos a convertirse a microempresa.



Nota: ¿Qué significa el punto de equilibrio? [imagen], Lezac Consulting, 2022, (<https://lezacconsulting.com/punto-de-equilibrio/>).

El análisis económico comprende tres aspectos fundamentales: el aspecto matemático, el aspecto gráfico y el económico. Los datos de las variables, así como las pruebas de correlación, comprenden el aspecto matemático. En tanto en el gráfico en este caso del punto de equilibrio que se muestra arriba, lo que corresponde es analizar las áreas, por lo que el área en beige (rectángulo) representa los gastos variables (materia prima), elemento aportado por la política del programa que permite alcanzar el punto de equilibrio

empresarial. Desde el punto de vista económico, este aspecto de la política o de la intervención sienta las bases para el cambio de una acción económica aislada a un conjunto de acciones económicas estructuradas y eslabonadas para desarrollar una microempresa. Punto importante porque representa la visagra entre la informalidad y la formalidad.

Los usuarios respondieron en un 24.49% que diversificaron sus productos o servicios mediante la materia prima y las capacitaciones que otorga la ejecutora del programa enriqueciendo sus conocimientos técnicos y empresariales. Por medio de esta diversificación de productos lograron mejorar sus ingresos con un 22.45% de manera que lograron expandir su mercado y de esta forma un 16.33% de los usuarios lograron atraer nuevos clientes potenciales para sus negocios.

Para conocer el impacto de las políticas de fortalecimiento microempresarial, impulsado por el programa de Transformación de Marroquinería Textil y Artesanía adscrito al MEFCCA (Ministerio de Economía Familiar Comunitaria, Cooperativa y Asociativa). Se utilizó el coeficiente de Correlación de Spearman; medida no paramétrica de la correlación de rango (dependencia estadística del ranking entre dos variables). Se utiliza principalmente para el análisis de datos, que mide la fuerza y la dirección de la asociación entre dos variables clasificadas en base a las siguientes suposiciones de datos sean ciertas:

- Nivel de intervalo o ratio
- Relación lineal
- Bivariante distribuido

Todo este proceso empírico analítico basado en Spearman precipita en un diagnóstico enmarcado en El Diamante de la Competitividad de Porter. A continuación, se detallan los aspectos esenciales: poder del cliente, poder del proveedor, posibilidades de

entrada en nuevos sectores, amenaza de nuevos entrantes, posibilidad de sustituir otros productos, grado de rivalidad entre industrias y amenaza de productos sustitutos.

6.3.1. *Diamante De Porter:*

Se muestra en la siguiente ilustración las fuerzas competitivas de Porter, en la cual se analizan los diversos factores, que influyen en el desarrollo del programa para identificar las fortalezas y debilidades del programa.

Ilustración 3. *Diagrama de las fuerzas competitivas de Michael Porter en los emprendimientos de los beneficiarios.*

Análisis Del Diamante Del Porter.



Nota: Elaboración propia.

Poder Del Cliente. El programa elige a los beneficiarios que cuentan con un negocio establecido implementado en los siguientes rubros: Tapicería, Mueblería, Textil y Cuero por lo tanto no existe un poder del cliente.

Poder Del Proveedor. En este caso la materia prima brindada fue donada por China, que a través de la institución selecciono a los beneficiarios de cada rubro.

Posibilidad De Entrada En Nuevos Sectores. Por otra parte, el programa abrirá otro nuevo sector como lo es bisutería el cual son negocios que se dedican a elaborar productos donde la materia prima pueda ser aprovechada permitiendo la diversificación y aumento de su producción.

Amenaza De Nuevos Entrantes. Al ser un programa social implementado por el GRUN mediante la supervisión y administración del MEFCCA no hay instituciones que creen programas similares donde la materia prima sea donada.

Posibilidad De Sustituir Otros Productos. Existe posibilidad de sustituir otros productos debido a que se encuentran materiales de uso más duradero y permita que el producto no se dañe con facilidad.

Grado De Rivalidad En La Industria. Se encuentra un grado de rivalidad entre los mismos sectores, que muestran productos con las mismas características, pero diferente calidad y precio.

Amenaza De Productos Sustitutos. No existe la amenaza de productos sustitutos por lo que no hay entidades que implementen programas similares a este.

6.4.Fase 4 Indicadores Para Analizar El Impacto Económico De Los Beneficiarios Del Programa De Transformación de Marroquinería, Textil y Artesanía.

En esta última fase se concluye con los distintos indicadores que permiten medir el impacto económico de los beneficiarios y el programa. Siendo los siguientes: PIB, Densidad Económica, Tasa De Desempleo, Índice De Calidad De Vida, Ingreso, Crecimiento, Producción.

6.4.1. PIB (Producto Interno Bruto).

“Las pequeñas y medianas empresas son importantes para la economía nicaragüense, ya que es la fuente principal de empleo y aportan el 40% del producto interno bruto PIB” (Solis, 2023). Los emprendimientos contribuyen al producto interno bruto de la economía nicaragüense, los negocios de los beneficiarios han presentado mejoras permitiendo obtener un mayor desarrollo económico.

A través del GRUN (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional), se impulsa el programa de financiamiento de materia prima dirigido a marroquinería, textil y calzado. Para mejorar la calidad de vida de las familias nicaragüenses, entregando insumos para elaborar diferentes productos como: mochilas, fajas, botas, prendas de vestir entre otras. Permitiendo de esta manera mejorar sus ventas y apuntar a la mejora de la economía, por medio del desarrollo de mercado, contribuyendo a marcar tendencia y mejorar atractivo.

6.4.2. Densidad Económica.

“La medición de la densidad económica tiene como objetivo conocer cuáles son los territorios económicamente más productivos, es decir, qué zonas dentro de cada país genera más riqueza” (Ventura, 2015). Los rubros más productivos en el programa son tapicería y

textil; el cual obtienen ventas mayores cuando son por encargos y en la época de mayor demanda por ejemplo diciembre.

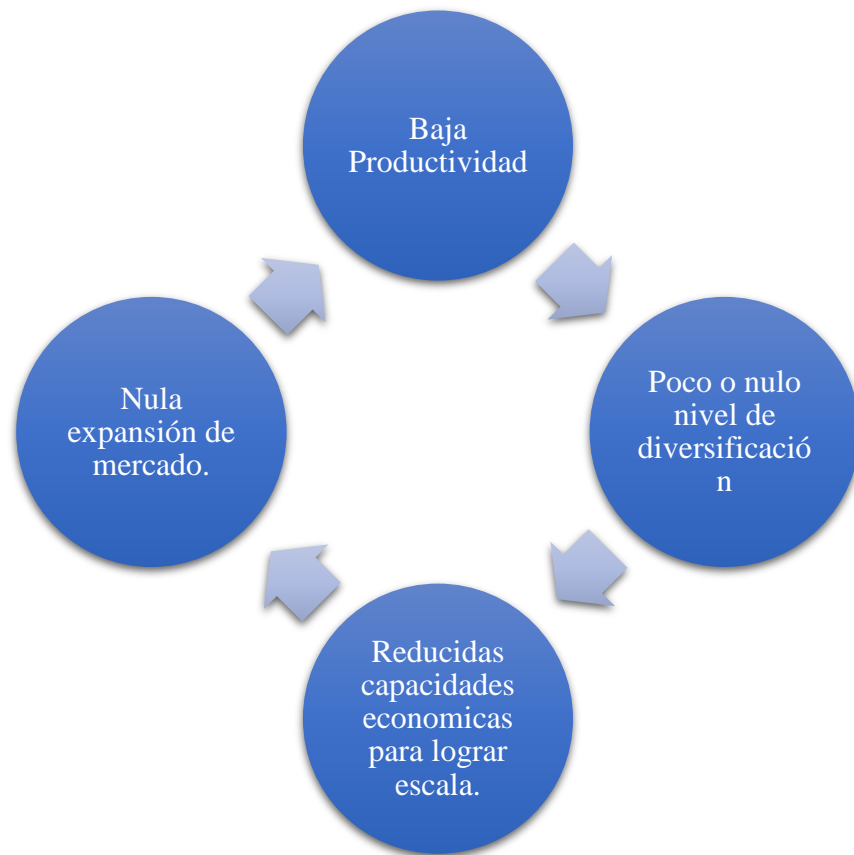
El presente estudio indica que el sector de marroquinería, cuero y textil representa una de las ramas de actividad económica donde el desarrollo cooperativo ha alcanzado niveles de suma importancia, siendo un importante ejemplo del modelo de economía familiar, asociativa, cooperativa y comunitaria. El 100% de la producción de artículos de cuero está en manos de la micro, pequeña y mediana empresa.

6.4.3. Tasa De Desempleo.

Por otra parte, según (BCN, 2023) “menciona que se prevé que el empleo en 2023 continúe estable, con una tasa de desempleo de entre 3.0 % y 3.5 %, y que gradualmente vayan desapareciendo los desajustes del mercado laboral originados por la pandemia, en particular, los desequilibrios entre oferta y demanda laboral, que se han expresado en una reducción de la participación laboral”. Por medio de los emprendimientos los beneficiarios logran obtener ingresos reduciendo la tasa de desempleo en el país. De acuerdo a los resultados la mayoría de los negocios son informales, establecidos en un núcleo familiar, algunos cuentan con matrícula de inscripción en la alcaldía, así mismo con patente, y con publicidad en las redes sociales.

De acuerdo a los protagonistas encuestados la mayoría son informales, no tienen una matrícula de negocio y por tanto no pagan impuesto por sus negocios y no tienen más de 5 empleados, limitando su crecimiento económico, con producciones bajas. Elemento característico del sector informal que contribuye a un ciclo negativo, de poca o nula diversificación y reducidas capacidades para lograr escala económica y expansión de mercado.

Ilustración 4. *Ciclo negativo característico de los negocios informales.*



Nota: Elaboración propia.

6.4.4. Índice De Calidad De Vida.

El programa de transformación de artesanía: marroquinería, textil y artesanía ha venido mostrando cambios positivos mediante la donación de materia prima, favoreciendo a los beneficiarios en la reducción de costos de compra, incrementando la diversidad de su producción, contribuyendo a mejorar los emprendimientos. Todo de acuerdo al Plan Nacional de Lucha Contra La Pobreza (2022-2026) que trata de fomentar la economía familiar rural y urbana donde se expresa la capitalización a las familias mediante planes de inversión productivos.

Para cada emprendedor su forma de hacer negocio empieza por conocer la demanda de bienes necesarios o de gusto que hay en el mercado local y esto constituye un papel importante para determinar qué producir, cómo producir y cuánto producir. La comercialización es parte esencial en el funcionamiento de estos pequeños negocios porque podrán estar produciendo el mejor artículo en su género y al mejor precio, pero si no cuentan con los medios adecuados para que llegue al cliente en forma eficaz, sus negocios vendrían a la quiebra, por lo que toman en cuenta priorizar las herramientas necesarias para producir y vender los productos.

6.4.5. Ingreso.

El ingreso surge de la suma de varias fuentes. De acuerdo a los estudios anteriores la mayor parte de los ingresos proviene de los emprendimientos existentes, también de familiares que obtienen un sueldo, así como de pensiones recibidas de aquellos que son jubilados. Es importante recalcar que los negocios es la fuente principal de ingresos para su desarrollo económico familiar. Algunos beneficiarios destacan que una parte de los ingresos se reinvierte en su negocio, otros para contribuir a su consumo propio o familiar, también a cumplir con las necesidades básicas del hogar.

Estos emprendimientos se basan en la necesidad y no en la oportunidad, es decir los dueños de los negocios fueron motivados por la falta de alternativas económicas, para la creación de ingresos. Según los encuestados sus motivos fueron: necesidad para sustento de su familia, salir de la pobreza y problemas financieros. Parte de los negocios se establecen en casas propias y locales rentados.

6.4.6. Crecimiento.

A medida que se vaya mejorando las capacidades de los emprendedores con desarrollos técnicos, capacitaciones administrativas y finanzas, redes y publicidad, sus negocios seguirán creciendo, generando nuevas fuentes de empleo y dinamizando la economía del país.

6.4.7. Producción.

Según Tawifk y Chauvel (1993). “Se entiende por producción la adición de valor a un bien (producto o servicio), por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades”

Se puede argumentar que el programa de marroquinería, cuero y textil, aporta positivamente en el desarrollo económico de las MIPYMES de cuero y calzado, ya que, al tener un mayor conocimiento de aspectos financieros, los propietarios de los negocios mejoran sus capacidades, teniendo un desarrollo económico que les proporciona mejores condiciones económicas.

6.5. Plan De Mejora De Calidad.

“Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su funcionamiento. Los Planes de Mejora pueden incluir muchas acciones relacionadas con la organización, con procesos o procedimientos concretos desde la puesta en marcha de una cultura de evaluación y mejora continua” (Manzanares, 2018).

El plan de mejora de calidad se basa en identificar y corregir deficiencias en los estándares de calidad de una organización. Incluye acciones para mejorar la satisfacción de

los beneficiarios, eliminar defectos, fortalecer el control de calidad y establecer medidas preventivas para evitar problemas futuros. (cita)

Dicho programa mostró resultados positivos obtenidos en los emprendimientos, también es necesario realizar un plan que contribuya a mejorar las capacidades de los beneficiarios, así como también del programa. El plan de mejora de calidad tiene como objetivo principal mejorar el rendimiento de los beneficiarios del programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía.

Para que sea eficaz, un plan de mejora requiere ciertas condiciones previas:

- ✓ Que la mejora sea posible
- ✓ Liderazgo del equipo directivo
- ✓ Implicación de ejecutoras y beneficiarios

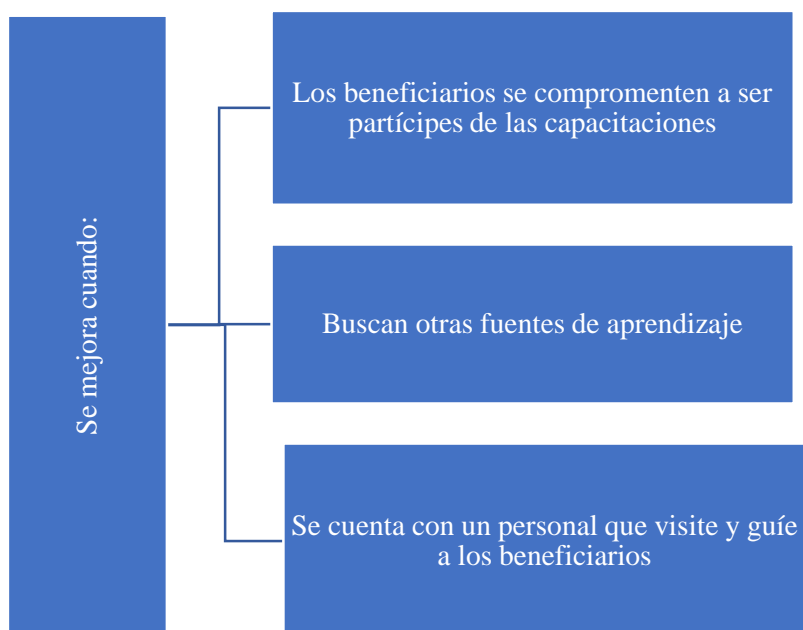
En general, todas las acciones de mejora se pueden resumir en cinco alternativas importantes:

1. Que los beneficiarios asistan a las capacitaciones cada vez que la ejecutora convoque. Esto con el fin que los beneficiarios enriquezcan sus conocimientos técnicos.
2. Que los beneficiarios no se queden solo con lo aprendido a través de los técnicos designado por la institución; sino que ellos también busquen, y aprendan nuevas técnicas, metodologías, tendencias que puedan expandir sus negocios.
3. Que la ejecutora del programa tenga personal que le ayude a brindar capacitaciones debido a que es la única persona en realizar todo el trabajo y de esta manera pueda

dedicarle tiempo que necesitan los beneficiarios para el correcto seguimiento y sistematización de resultados.

4. Hacer visitas continuamente, para conocer el desempeño de los negocios y de esta manera, poder conocer el crecimiento que estos tendrán.
5. Buscar alternativas de organización y mejoras en los emprendimientos, mediante la implementación de clúster entre los beneficiarios del programa, que permita contribuir al crecimiento y expandir su mercado.

Ilustración 5. *Acciones de mejoría en el plan de mejora.*



Nota: Elaboración propia.

Es necesario que el plan de mejora incluya indicadores que ayuden a medir el desenvolvimiento de los negocios, si estos han tenido mejoría, de qué manera se refleja el crecimiento presentado; y a la vez valorar la eficacia de los pasos que se han tomado.

La especificación de las líneas en acciones de mejora expresa:

- ✓ ¿Qué se hará en concreto?
- ✓ ¿Qué acciones se tomarán?
- ✓ ¿Quién lo realizará?
- ✓ ¿Quién controlara el proceso?
- ✓ ¿Como llevar adelante el proceso de toma de decisión una vez visto la necesidad de ajuste?

Tabla 20. *Objetivos del plan de mejora.*

<i>Línea de Mejora/ Objetivos</i>	<i>Acciones</i>	<i>Implicados</i>
<i>Capacitaciones</i>	Asistencia de los beneficiarios para la mejora continua de sus conocimientos técnicos.	- Ejecutora del programa - Beneficiarios.
<i>Conocimiento a través de otras fuentes</i>	Recibir en otras instituciones públicas o privadas capacitaciones, cursos, talleres que ayuden a aprender nuevas formas de expandir el negocio.	- Instituciones privadas o públicas - Beneficiarios
<i>Seguimiento</i>	Organizar visitas en periodos continuos, para conocer el crecimiento de los negocios. A través del crecimiento, hacer partícipes a los beneficiarios en ferias realizadas por el MEFCCA con el fin de que estos expandan su nicho de	- Ejecutora del programa - Beneficiarios

	mercado.	
<i>Contratación de personal</i>	Que la ejecutora del programa reclute personal para brindar mejor las capacitaciones y darle el debido seguimiento acerca de la evolución de los negocios.	<ul style="list-style-type: none"> - Institución - Ejecutora del programa. - Beneficiarios.
<i>Implementación de clúster.</i>	Mediante la implementación de clúster los beneficiarios obtienen ventajas de expandir su negocio, abrir nuevos mercados y aumentar la producción.	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutora del programa. - Beneficiarios.
<i>Control del proceso</i>	A través de las acciones mencionadas es necesario que la institución realice monitoreo de los programas como tal, así mismo la ejecutora mantenga un debido control puesta en marcha el plan de mejora de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Institución - Ejecutora del programa.

Nota: Elaboración propia.

7. Conclusiones.

La presente investigación describe y analiza el impacto económico social del programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía. Cuyo propósito es la generación de empleo y la consecuente reducción de la pobreza de los beneficiarios en el departamento de Carazo en el período 2022-2023 donde de acuerdo a los resultados obtenidos se lograron las siguientes conclusiones:

Tabla 21. *Matriz de conclusiones y recomendaciones.*

Objetivos	Conclusiones	Recomendaciones
<p>- General. Analizar el impacto económico social del programa de transformación de marroquinería, textil y artesanía cuyo propósito es la generación de empleo y la consecuente reducción de la pobreza de los beneficiarios en el departamento de Carazo.</p>	<p>- Mediante la implementación del programa los beneficiarios han logrado obtener mayores ingresos a través de la donación de la materia prima permitiendo reducir sus costes de compra, generando un aporte de crecimiento en su negocio familiar.</p> <p>- Los beneficiarios han logrado consolidar su capital de trabajo, vital para la determinación del punto de equilibrio empresarial conducente al salto de emprendimiento a</p>	<p>Se recomienda desarrollar estrategias que tenga como objetivos incentivar a los beneficiarios a la realización de un modelo de plan alternativo novedoso y accesible para las personas.</p>

<i>Objetivos</i>	<i>Conclusiones</i>	<i>Recomendaciones</i>
	<p>MiPymes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los beneficiarios han logrado ser productivos aprovechando las oportunidades en épocas donde sus productos son demandados y el volumen de ventas aumente intensificando sus ganancias. 	
<p><i>Específico 1</i> Conocer las condiciones previas de los beneficiarios (línea base) para realizar un diagnóstico de la fase inicial de la investigación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicando el instrumento previo se observó las condiciones de los beneficiarios del programa, los cuales no contaban con conocimientos técnicos, lo que no permitía abrirse paso a un mercado más amplio esto mejoro conforme su participación en el programa, desarrollando su producción y diversificación de productos. 	<p>En lo que respecta a la innovación en el uso de materia prima, seguir una estrategia de producción siempre enfocado en la diversificación de productos y en la consolidación de su inventario (capital de trabajo).</p>
<p><i>Específico 2</i> Identificar por medio de diagnóstico las debilidades en la articulación que</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las debilidades que impiden que los emprendimientos puedan desarrollar su potencial 	<p>Realizar un análisis financiero continuo para estimar en qué se está utilizando los ingresos de</p>

<i>Objetivos</i>	<i>Conclusiones</i>	<i>Recomendaciones</i>
impiden transitar de emprendimientos con potencial económico a pequeñas empresas, debidamente constituidas.	radica en los beneficiarios ya que al ser estos negocios la fuente principal de sus ingresos, no destinan el capital financiero para la mejora de estos, quedando en desventaja al entrar a un mercado más competitivo.	los negocios, garantizando la permanencia en el mercado y el progreso del mismo.
<p><i>Específico 3</i></p> <p>Valorar el impacto social que genero la implementación del programa (El objetivo de la política) a los beneficiarios para generar empleo y la consecuente reducción de la pobreza.</p>	- La implantación de este programa vino a mejorar las capacidades productivas, así como su crecimiento empresarial, estos pudieron abrirse a nuevos mercados, mejorando su economía familiar.	Formar a los beneficiarios con conocimientos y valores que generen el interés genuino de seguir en el programa, para la mejora de su calidad de vida mediante una inversión productiva.

Nota: Elaboración propia.

8. Referencias Bibliográficas.

- Barrantes , R. (2014). *Investigacion Un camino al conocimiento Un enfoque cualitativo, Cuantitativo y Mixto*. San Jose Costa Rica: EUNED.
- Barrera, M. (2014). *uso de la correlacion de spearman*.
- Chavez, J. (2023). *CEUPE*. Obtenido de www.ceupe.com/blog/factores-de-produccion.html
- Chen, H. T. (2006). *teory driven evaluation perspective on mixed methods* .
- CHIAVENATO. (2007). *introduccion a la teoria general de la administracion septima edicion* . Mexico: McGraw-Hill/Interamericana.
- Cooper, R. (2016). *Los sistemas de monitoreo y evaluacion: hacia la mejora continua de la planificacion estrategica y la gestion publica*. Latinoamerica : Pasquetti, Claudia M; Salas, Carmen .
- Elizaga, C. A. (2007). *ECONOMIA SOLIDARIA. DICCIONARIO DE EDUCACION PARA EL DESAROLLO*, 1-8.
- Gutierrez, H. (2005). *Calidad Total y Productividad*. Mexico: McGraw Hill Internacional.
- Manrique, A. (2023). *¿Que son los estudios de gabinete? Testa Marketing* , 1.
- Manzanares, M. C. (2018). *gestion de calidad. Elaboracion de planes de mejora de calidad y servicios*, 2.
- Pérez, A. (2021). *Diamante de Porter, componentes usos y beneficios. Bussiness School*, 1.
- Porter, M. (1990). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Harvard Business Review: Javier vergara S.A.
- Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Quispe, M. (2017). *Impacto de los programas sociales en la disminucion de la pobreza* .
- Razeto, L. (2010). *QUE ES LA ECONOMIA SOLIDARIA. Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 47-52.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional*. mexico: Pearson Educacion de mexico S.A de C.V.
- Ruiz, e. a. (2009). *¿que es una politica fiscal? Revista juridica Universidad Latina de America*.
- Sampieri, R. (2006). *Metodologia de la Investigacion* . Mexico: McGraw-Hill.
- Sevilla. (s.f.). *gestion eficaz de la economia domestica. consumidores en accion*, 3-10. Obtenido de <https://www.facua.org>

- Solis, e. a. (2023). *La economía creativa y su aporte al desarrollo de las Mipymes en Nicaragua*, 117.
- Vega Morales, P. (1998). teoría de sistemas y evaluación de programa sociales. *red de revistas científicas de America Latina, el caribe, españa y portugal*, 1.
- vega Morales, P. (1998). *teoría de sistemas y evaluación de programas sociales*. valparaiso, chile: centro de Estudios Sociales.
- Vela, J. p. (2012). *Politica Economica*. Mexico: Ma. Eugenia Buendia Lopez.
- Ventura, J. P. (2015). *un nuevo indicador para medir el desarrollo: el indice de desarrollo socioeconomico (IDSE)*. Universidad de Zaragoza.
- Villasmil, E., Castro, E., & Torres, E. (2010). *Gestion administrativa y los recursos financieros*.

9. Anexos.

9.1.Marco Legal.

9.1.1. *Ley De Promoción, Fomento Y Desarrollo De La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME). Ley N° 643.*

El objeto de la presente Ley es fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país. Esta ley es de orden público e interés económico y social. Su ámbito de aplicación es nacional. Así mismo, establece el marco legal de promoción y fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, denominada también MIPYME, normando políticas de alcance general.

❖ Finalidades De Ley.

- Establecer principios económicos rectores para el fomento de las MIPYME
- Instaurar un negocio de coordinación interinstitucional como un instrumento de apoyo a las políticas de desarrollo y fomento a las MIPYME, que armonice la gestión que efectúan las diversas entidades públicas y privadas.
- Adoptar un instrumento legal de carácter general, que dé lugar a un proceso normativo del cual se deriven nuevos principios legales, reformas de los ya existentes cuando sea necesario, en aquellas áreas y sectores económicos considerados claves para el desarrollo de las MIPYME.
- Instaurar un proceso educativo y formalización empresarial y asociativo, mediante la reducción de costos monetarios de transacción y la facilitación de procedimientos administrativos ágiles.

- Promover la existencia de una oferta económica permanente de instrumentos y servicios empresariales de promoción y desarrollo a las MIPYME.
- Ampliar de manera efectiva, en el ámbito nacional, la implementación de las políticas de fomento a la MIPYME, mediante la incorporación del Gobierno Central, Gobierno de las Regiones Autónomas y Municipios, a las acciones conjuntas de que se trate.

9.1.2. Ley 648. Ley De Igualdad De Derechos Y Oportunidades.

La ley de igualdad de derechos y oportunidades y oportunidades. Busca promover la igualdad y equidad en el goce de los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales entre mujeres y varones.

9.1.3. Ley N°223. Ley De Fomento Para La Industria Del Cuero, Calzado Y

Similares.

El Ministerio de Economía y Desarrollo es el organismo competente para autorizar la exportación de pieles semiprocesadas o cueros terminados producidos en el país o pieles en bruto sean frescas, saladas, secas, garantizar el abastecimiento de pieles a las tenerías nacionales de acuerdo a las calidades y precios internacionales, estableciendo los requisitos, formularios y demás normativas. El Ministerio de Agricultura y Ganadería, con el fin de mejorar la calidad de las pieles y el mercado de las mismas en el país. Todas las tenerías que operan en el país están obligados a cumplir las normas establecidas para la preservación del medio ambiente. Se faculta al Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales a realizar inspección periódicos y tomar las medidas pertinentes para garantizar esta disposición.

9.2.Creación Del MEFCCA.

9.2.1. Ley N° 804. Ley De Reforma Y Adición A La Ley N° 290, Ley De

Organización Competencia Y Procedimientos Del Poder Ejecutivo.

En su artículo segundo. Reforma del artículo 14 de la ley N° 290, Ley de Organización, Competencia y procedimiento del Poder Ejecutivo. Los Entes Descentralizados que a continuación se enumeran estarán bajo la rectoría Sectorial de: **Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa.** Instituto Nicaragüense de Fomento Cooperativo.

El MEFCCA desde su ley creadora Ley 804, tiene como misión coordinar e implementar políticas, programas y estrategias, fomentando capacidades para el desarrollo permanente de la economía familiar, comunitaria, asociativa, y cooperativa, contribuyendo a mejorar la producción y productividad.

9.2.2. El Ministerio de Economía Familiar, comunitaria, Cooperativa y Asociativa

cuenta con las siguientes funciones:

- Formular, coordinar y ejecutar políticas, planes, programas y proyectos para el fortalecimiento de la economía familiar, cooperativa y asociativa, atendiendo a las necesidades a las necesidades específicas de los diversos sectores productivos vinculados con la economía familiar y otros actores a nivel territorial y comunitario, en la búsqueda de mejorar los niveles de producción, rendimientos agropecuarios, productividad, ingresos y el nivel de vida de las familias y las comunidades contribuyendo a la defensa de la seguridad y soberanía alimentaria y la protección contra los impactos del cambio climático.

- Perfeccionar e implementar las políticas, planes y programas de financiamiento y facilitación de insumos de manera eficiente y sostenible para las actividades productivas de las unidades familiares.
- Diseñar y ejecutar políticas, planes y programa que contribuyen a la diversificación de la producción de las pequeñas y medianas unidades familiares.
- Diseñar políticas, planes, programas y mecanismos dirigidos a la transferencia de nuevas tecnologías y mejores prácticas productivas, sostenibles ambientales, así como la capacitación y asistencia técnica necesaria para la sostenibilidad de las practicas.

9.3. Encuesta Previa A Los Beneficiarios.

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM-Carazo

Somos estudiantes de V año de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN FAREM Carazo); nos hemos dado a la tarea de realizar una encuesta previa para conocer la situación de su emprendimiento con el fin de fortalecer nuestro trabajo final acerca del Programa de Transformación de Marroquinería en la industria de calzado, tapicería, textil, artesanía implementado por el MEFCCA.

1) ¿Como conoció el programa?

- a) Por recomendación del coordinador de barrio
- b) Invitación de Alcaldía
- c) Iniciativa Propia
- d) Fue beneficiada por el programa
- e) Otro (Especifique): _____

2) ¿Cuánto tiene de estar en el programa?

_____ Meses o Años

3) ¿Su negocio existía antes de entrar al programa?

- a) Si
- b) No

4) El programa ¿en qué porcentaje ha aumentado el tamaño o dimensiones de su negocio?

10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%

5) ¿De qué manera ha crecido empresarialmente?

- a) Incremento en los ingresos Familiares
- b) Mejora en la Infraestructura
- c) Diversificación de productos

- d) Aumento en el volumen de Producción
- e) Mayor mercado.

6) ¿Existe algún tipo de asociación entre los beneficiarios en relación a las actividades empresariales?

- a) Si
- b) No

7) Si su respuesta fue sí en el ítem 6, ¿De qué manera aprovecha esa asociación?

- a) Distribuir a un solo mercado
- b) Proveerse la materia prima
- c) Equipos de producción en conjunto
- d) Otro (Especifique): _____

8) ¿Qué tipo de capacitación ha recibido durante su participación en el programa?

- a) Financiera
- b) Administrativa
- c) Técnicas
- d) Otra (Especifique): _____

9) ¿De qué instituciones ha recibido capacitación?

a) Inatec		b) Mefcca	
c) Alcaldías		d) Universidades	
e) Otra (Especifique):			

10) Actualmente ha recibido capacitación del programa donde ha sido beneficiado

- a) Si
- b) No

11) Su participación en el programa le ha permitido crecer empresarialmente.

- a) Si
- b) No

12) ¿Cómo puede cuantificar su crecimiento?

- a) Aumento de capital.
- b) Mejoras en la ganancia.
- c) Incremento en las ventas
- d) Otro (Especifique) _____

13) El negocio es la fuente principal de sus ingresos.

- a) Si
- b) No

14) Si su respuesta es no, nos puede decir ¿Cuáles son sus fuentes principales de ingresos? _____

15) ¿En qué porcentaje contribuye su negocio o emprendimiento a sus ingresos para su crecimiento familiar? _____

9.4. Encuesta Oficial A Los Beneficiarios.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo FAREM-Carazo

Entrevista dirigida a responsable de la microempresa de marroquinería,
cuero y calzado.

Estimados/as beneficiarios/as somos estudiantes de V año de la carrera de Economía de la universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- Managua de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo, estamos realizando un estudio de caso con el objetivo principal de analizar el rendimiento económico del “programa del Transformación de Marroquinería en la industria de calzado, tapicería, textil, artesanía” en el municipio de Jinotepe departamento de Carazo.

Su información brindada será de mucha ayuda para llevar a cabo nuestro de estudio de caso.

Nombre del beneficiario: _____

Fecha: ____/____/____

Hora: _____

1. ¿Cuál es su edad? _____
2. ¿Cuál es su nivel académico? _____
3. ¿Cuáles fueron los obstáculos que tuvo al comenzar su emprendimiento?

4. ¿Cuáles fueron las razones por las que entró al programa?
 - a. Mejora de sus ingresos familiares
 - b. Falta de empleo
 - c. Por Necesidad
 - d. Otra (Especifique):

5. ¿Cómo era su negocio antes de entrar al programa?

6. ¿Tuvo algún plan de asesoramiento o capacitación durante su participación en el programa?

a) Si b) No

7. ¿Cada cuánto recibió las capacitaciones?

Inicial	Semanal	Quincenal	Mensual	Anual	Nunca

8. ¿Su negocio actualmente está funcionando?

a) Si b) No

9. Si su negocio está funcionando actualmente, en una escala del 0 al 5, ¿Cuánto ha crecido después de entrar al programa? Donde la calificación 0 es mínimo y 5 máximo

0	1	2	3	4	5

10. ¿Qué le aportaron las capacitaciones brindadas por los técnicos para mejorar sus capacidades empresariales? ¿Usted que implemento?

ITEMS	APORTE (CAPACITACION)		IMPLEMENTACION	
	SI	NO	SI	NO

Financiera				
Administrativa				
Técnica				
Visión Empresarial (Gerencial)				
Otro (Especifique):				

11. En una escala del 0 al 05, ¿Cómo ha sido la atención del técnico hacia los beneficiarios?

0	1	2	3	4	5

12. ¿En qué sector de la marroquinería tiene implementado su negocio?

Textil		Mueblería	
Tapicería		Cuero	
Otra (Especifique):			

13. ¿De qué manera les ha beneficiado económicamente el programa marroquinería?

Creación de su negocio		Fortalecimiento de los negocios existentes	
Diversificación de productos y/o servicio			
Otra (Especifique):			

14. ¿Cómo está conformado la estructura financiera de su negocio (En relación al capital)?

Personal	Familiar	Socios	Financiado

15. ¿Tiene asegurado a su personal?

a) Si b) No

16. ¿Cuántas personas laboran en su negocio? (Especifique cantidad)

Total	Desglose			
	propietario	Familiares	Terceras personas	Otro(especifique):

17. ¿Qué tipo de capacitación les ha garantizado usted a su personal, y donde los ha capacitado?

ITEMS	SI	NO	Entidad que capacita	SI	NO
Financiera			Por cuenta propia		
Administrativa			A través del programa		
Técnica			A través del INATEC		
Otro (Especifique):					

18. ¿Como ha sido su volumen de Ventas:

Antes del Programa	Después del programa

19. ¿En cuanto al programa ha mejorado su condición familiar?

a) Si b) No

20. ¿En relación a su participación en las ferias organizadas por el MEFCCA a mejorado su nicho de mercado es decir a aumentado su clientela?

	SI	NO
De qué Manera		

21. ¿Qué porcentaje de ganancia o rendimiento obtiene de su negocio anualmente? _____%

22. De la ganancia adquirida a través del negocio, ¿Ha reinvertido para ampliar su emprendimiento, o solamente lo ha utilizado para cubrir sus gastos personales o familiares o propios?

% de gastos	% de reinversión

23. ¿Tiene algunas bases de datos de sus clientes fijos?

- a) Si b) No

24. ¿Ha realizado algún estudio que le permita conocer los gustos y preferencias de sus clientes, para la mejora continua de su negocio, producto y/o servicios?

- a) Si b) No

25. ¿Tiene planes de diversificar y/o ampliar su negocio?

- a) Si b) No

26. Si su respuesta es sí a la pregunta anterior, ¿De qué manera diversificaría y/o ampliaría su negocio?

27. ¿Alcanzo su propósito a través del programa, si su repuesta es 0, argumente?

Ítems	0	1	2	3	4	5
Aumento de las ventas						
Diversificación de producto o servicio						
Fortalecimiento de los negocios existentes						
Mejora en la infraestructura						
Aumento en el volumen de producción						
Mayor mercado						
Mejora de los ingresos familiares						

28. ¿Qué planes estratégicos de emprendimiento tiene para su negocio de marroquinería?

	SI	NO	COMENTE
Corto plazo			
Mediano plazo			
Largo plazo			
No tiene ninguna			

29. ¿Estaria interesado continuar en el programa?

- a) Si b) No

30. Si su negocio ya no funciona, ¿Cuáles fueron las causas de la quiebra del negocio?

Problema Familiares		Falta de financiamiento	
Mala administración		Falta de innovación	
Falta de tiempo		El producto/servicio no era atractivo	
No hay mercado			
Otro (Especifique):			

9.5. Aplicación De Encuesta Previa A Beneficiarios.



9.6. Aplicación De Encuesta Oficial A Beneficiarios.

