



**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES
AUTONOMAS DE LA COSTA
CARIBE NICARAGUENSE
URACCAN**

MONOGRAFIA

**DEMANDA DE CRÉDITO DE LAS MUJERES
MICROEMPRESARIAS DE LA CIUDAD DE
BILWI, DURANTE EL PERIODO DE ENERO A
JUNIO DEL AÑO 2002**

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIATURA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

Autoras:

**Br. Flor de María Green Chow.
Br. Brenda Auxiliadora Kittle Padilla**

Tutora: Msp. Emily Halze Hodgson.

3.242
7951

Bilwi – RAAN, OCTUBRE 2002

DEDICATORIA

Dedico esta monografía a mi querida madre Amanda Amalia Chow Leiva, quien no escatimó esfuerzos y estuvo siempre atenta con su apoyo material y espiritual en todo momento, fortaleciéndome así para alcanzar los propósitos de graduarme en esta carrera universitaria.

A mis hermanos Selvy William Green Chow y Willard James Green Chow, los que siempre me incentivaron a continuar mis estudios y no flaquear ante las dificultades que se presentaron durante estos años de estudio.

A todos ellos, dedico esta monografía con mucho cariño y fraternidad.

Br. Flor de María Green Chow.

DEDICATORIA.

Dedico este trabajo a mis queridos padres, hermanos, hermanas y a mi querido esposo e hijo quienes me brindaron su apoyo de manera incondicional económica y moralmente durante toda mi trayectoria de estudio.

A mis profesores por su dedicación y paciencia por enseñar y transmitir experiencias para culminar mi carrera y obtener el título de: licenciada en Administración de empresas con mención en administración pública

Br. Brenda Auxiliadora Kittle Padilla.

AGRADECIMIENTO.

Agradecemos a Dios todopoderoso, por darnos sabiduría y salud durante todos estos años de estudio.

A nuestra tutora, Msp. Emily Halze Hodgson, quien no escatimó esfuerzo para apoyarnos en esta monografía y guiarnos de manera certera para que pudiéramos graduarnos en esta carrera.

A todos(as) los(as) docentes de la universidad URACCAN quienes nos apoyaron en este quehacer académico, especialmente a la Msp. Raquel Dixón, quien ha contribuido revisando y brindándonos sugerencias sobre este estudio.

A las instituciones y personas que de una u otra forma colaboraron con nosotros para que este estudio se logre. En especial a las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, quienes de manera directa contribuyeron en la realización de esta monografía.

A todos ellos, les expresamos nuestra gratitud.

Br. Flor de María Green Chow.

Br. Brenda Auxiliadora Kittle Padilla.

INDICE.	PAGINA
Dedicatoria.	i
Agradecimiento.	ii
Resumen.	v
I- Introducción.	1
II- Objetivos.	6
III- Marco de referencia.	7
IV- Diseño metodológico.	17
V- Resultados.	19
VI- Análisis y discusión de resultado.	36
VII- Conclusiones.	57
VIII- Recomendaciones.	61
IX- Bibliografía.	64
X- Anexos.	66
1- Glosario.	67
2- Cuadros estadísticos de resultados.	61
3- Operacionalización de variables.	79
4- Guías de encuesta.	83
5- Aplicación -Método Probabilístico Estratificada.	86

RESUMEN.

Con el objetivo de analizar la demanda de crédito de las mujeres microempresarias en la ciudad de Bilwi, se realizó un estudio descriptivo, cuantitativo de corte transversal de Enero a Junio del año 2002. Con el fin de que las necesidades financieras y particularidades de las mujeres microempresarias, sean tomadas en cuenta por los sistemas financieros existentes en la ciudad.

Para la realización de este estudio se elaboró una guía de encuesta dirigida a 138 mujeres microempresarias de los sectores mercados, barrios y parque municipal de la ciudad de Bilwi, lo cual representa el 30.8% de las 448 (Universo) mujeres microempresarias registradas en la Alcaldía Municipal de Bilwi.

Entre los principales hallazgos están:

- ♦ Las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, son mujeres procedentes de familia pobre, jefas de familia, desempleadas, forzadas a crear su propio empleo como medio de sobrevivencia, incorporada a una economía informal y en desventaja por falta de recursos económicos, propiedades, tecnología, capacitaciones y acceso a crédito.
- ♦ El bajo nivel académico de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, es uno de los factores que impide que ellas se desarrollen en el sector formal, por cuanto la educación es una variable de incidencia incuestionable en la gestión del desarrollo de las mujeres microempresarias del sector informal.
- ♦ A pesar de la importante contribución que haría el acceso a crédito de las mujeres a la economía de la región, son pocas las microempresarias que en la actualidad trabajan con crédito, financiado por la

Asociación Pana Pana y otras con el apoyo de sus parientes. Por lo tanto existe una gran demanda de crédito por parte de las mujeres microempresarias del sector informal de la ciudad de Bilwi.

- ◆ El Acceso a crédito y a capacitaciones en temas relacionados a la administración de negocios y créditos, permitirá que las mujeres mejoren sus ingresos, nivel de conocimiento, la educación de sus hijos; por ende mejorar su condición de vida y la de su familia.

Por lo tanto es necesario:

- ◆ Fomentar el trabajo por cuenta propia de las mujeres, asegurando el acceso a crédito y otros recursos productivos acompañados de capacitaciones.
- ◆ Promover y mantener políticas microeconómicas y estrategias de crédito para el desarrollo de las mujeres microempresarias tales como:
 - a) Grupo meta "mujeres microempresarias".
 - b) Préstamo de pequeñas cuantías según la capacidad de endeudamiento de las prestatarias.
 - c) Acceso a préstamo a lo inmediato.
 - d) Capacitaciones alterno al crédito.
 - e) Préstamos a largo plazo, con abonos semanal, quincenal o mensual en pequeñas cantidades de acuerdo al ingreso que obtiene la mujer en su negocio.
 - f) Taza de interés bajo, aplicado al saldo mensual, de acuerdo a sus ingresos.
 - g) Sistema de garantía flexible.
 - h) Posibilidad de ahorrar en pequeñas cantidades.
- ◆ Crear banco comunal con grupos solidarios, con el propósito de solventar el problema de la demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi. Con instrumentos distintos a las políticas de los sistemas financieros tradicionales y no convencionales.

I- INTRODUCCIÓN.

“Nicaragua desde inicios de la década de los noventa, enfrenta una aguda crisis económica, cuyos efectos se acentúan en la población femenina, que constituye la mayoría, determinando así la creciente frustración de este sector poblacional, al no ver materializadas sus expectativas de mejoramiento en el nivel y calidad de vida”¹.

“La pobreza en las Regiones Autónomas, se caracteriza por la inaccesibilidad de servicios de apoyo económico y a los mercados regionales y nacionales de empleo para vender sus productos; alto niveles de corrupción en esfera de gobierno regional y nacional, relacionada a la entrega de concesiones de explotación de recursos naturales en territorios indígenas y la falta de acceso a crédito productivo por parte del sistema financieros nacional y regional”².

“La crisis económica de las ultimas décadas, acentuaron las diferencias entre ricos y pobres, obligándolos a buscar nuevas formas de sobrevivencia, en las que se involucraron mayoritariamente las mujeres; enfrentando los desafíos de los cambios tecnológicos y económicos en el marco de la vulnerabilidad política. En este difícil contexto permanece la discriminación, la invisibilidad y la desvalorización del aporte de las mujeres al que hacer social”³.

Hoy en día a pesar de los esfuerzos que se han hecho alrededor de la igualdad de derechos entre hombres y mujeres en todos los ámbitos, las brechas de genero siguen siendo muy desiguales y por tanto discriminatoria en todos los aspectos especialmente económicos y sociales.

1- Obregón Sánchez, Manuel. Estrategia reforzada de crecimiento económico y reducción de pobreza. SETEC. Managua - Nicaragua julio/2001.

2- INIFOR - FNUR. Informe estadístico socio democrático del Municipio de Puerto Cabezas. Artes gráficas -- 2001

3- Valdes Echenique Teresa. Etael. Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Instituto de la Mujer - FLACSO. 1997

Por tanto, las mujeres tienen menos oportunidades de empleo que los hombres, por ende “la situación de la mujer es más precaria que la del hombre y siempre se ve diferenciada de manera desventajosa, en general, el ingreso de la mujer es menor que la del hombre, los créditos bancarios son preferentemente para los hombres, las propiedades se registran a nombre del hombre; aunque esta brecha se reduce en el caso de las mujeres mejores educadas”⁴.

Las mujeres son privadas a tener acceso a crédito por las entidades o instituciones financieras, porque trabajan en unidades económicas escasas, falta de liquidez, poco o ningún acceso a educación o provienen de familias pobres, entre otras porque “se considera que la mujer no tiene capacidad de gestión y les falta representatividad en la sociedad por ende en el sector económico”⁵. Por consiguiente las necesidades económicas de las mujeres son consistentemente ignoradas en la sociedad.

Frente a las necesidades económicas crecientes y la falta de empleo en instituciones o entidades del sector moderno, “la mujer se ve forzada a crear su propio empleo como medio de sobrevivencia incorporándose al sector informal, considerándolas como una fuerza de trabajo no calificada”⁶. La mayoría de las microempresarias son una extensión de la función que desempeñan en sus hogares compartiendo así el mismo espacio de responsabilidad doméstica y comerciales, para hacerle frente a sus necesidades económicas.

En la ciudad de Bilwi, existen 628 microempresarios **registradas** en la Alcaldía Municipal⁷, de las cuales 448 son mujeres microempresarias que se dedican a pequeños negocios como: venta de ropa y calzado de

4- Obregón Sánchez Manuel Estrategia reforzada de crecimiento económico y reducción de pobreza SETEC: Managua - Nicaragua julio/2001

5- Idem

6- Berger Margarite. Etaet. La mujer en el sector informal. Primera edición, editorial nueva sociedad - ILDIS - QUITO 1988

7- Alcaldía Municipal, Bilwi - Lista de Contribuyentes - 2002

fabrica, ropa usada, granos básicos, pulpería, fritanga, comedor, productos perecederos y otros.

Las mujeres microempresarias de Bilwi, provienen de familias pobres, con formas de vida compleja y necesidades variadas que buscan la manera de crear su propio empleo para dar respuesta a las necesidades económicas de su hogar, incorporándose a una economía informal, otras mujeres acuden a este tipo de trabajo por la desigualdad que existe de oportunidades dentro del mercado laboral y su posición discriminatoria y subordinada a la que han estado sometidas.

"El mayor problema para los(as) que manejan negocios en el sector informal es la falta de capital, tecnología y capacidad"⁸; en consecuencia, el acceso al crédito y capacitaciones, es la clave para que las mujeres que operan en el sector informal, mejoren la productividad su negocio, por ende, el nivel de ingreso y el bienestar de su familia, así como su participación en la toma de decisiones dentro del hogar. Sin embargo históricamente han sido marginadas por los sistemas financieros, negándoles la oportunidad a crédito y recursos complementario.

"El Banco Caley Dagnal, en la ciudad de Bilwi brinda diferentes servicios bancarios entre los cuales se encuentra el crédito, que oferta al público siempre y cuando cumplan con los requisitos tradicionales que solicita la entidad: Capacidad de pago, tipo y valor de la garantía(Hipoteca de propiedades, prendas, fiduciario, prestatario), cuenta colateral con el banco, inventario actualizados, solvencia fiscal, municipal, matricula del negocio, planes de pago del préstamo, registro de ingreso y egreso"⁹.

8- Berger, Marguerite - Buvinic. La mujer en el sector informal. Editorial Nueva Sociedad. Primera edición. 1998

9- Banco Caley Dagnal - Bilwi. Entrevista. 2002

"El préstamo puede ser en moneda nacional o en moneda extranjera; el monto de préstamo va de acuerdo a las garantías y la capacidad de pago del cliente, que oscila entre 2,000 a 30,000 dólares, con período de pago mínimo tres meses, máximo cinco años según la actividad del cliente"¹⁰.

Asociación para el Desarrollo de la Costa Atlántica, Pana Pana, brinda servicios de microcrédito a microempresarios(as) y comunitarios(as) como una alternativa para generar fuente de empleo procurando inculcar en los(as) beneficiarios(as) un espíritu de trabajo emprendedor y de iniciativa propias"¹¹.

Actualmente, Pana Pana, maneja un fondo revolvente propio, con el cual implementa programa de crédito, financiando a micro y pequeños comerciantes de Bilwi y Waspam; en todas sus actividades garantiza la participación equitativa de género. "El 65% de los usuarios al crédito para comercio y mejora de viviendas son mujeres, dado que existe un alto índice de mujeres, jefas de familia"¹².

"Pana Pana, desarrolla capacitaciones en los temas de administración de microempresas, contabilidad básica y manejo de crédito para garantizar un manejo adecuado del préstamo por parte de clientes y la recuperación de lo prestado, así como ir estableciendo una cultura de crédito. El programa de microcrédito de Pana Pana atiende a Miskitos, Mayagnas y Creoles, en las comunidades de los municipios Puerto Cabezas y Waspam."¹³.

Hemos considerado de mucha importancia y relevancia el estudio sobre la demanda de crédito de las mujeres microempresarias en la ciudad de Bilwi, ya que es necesario hacer visible la gran necesidad de crédito de las

10- Banco Caley Dagnal - Bilwi. Entrevista, 2002.

11- Wilson, Luis. Informe Final 2001. Asociación PANA PANA

12- Idem

13- Idem

mujeres que se dedican al subempleo para fortalecer su actividad económica, sustentar las necesidades básicas de su familia y mejorar su condición de vida.

Con la única misión de que los resultados de esta investigación, sean tomados en cuenta por el gobierno regional, entidades financieras y organismos no gubernamentales existentes en la ciudad, fomentando y respaldando el trabajo por cuenta propia de la mujer y posibilitando el acceso de los pequeños y medianos negocios a servicios financieros, acompañado de un programa de capacitación respecto al manejo, control y seguimiento de crédito para las beneficiarias(os).

Lo cual contribuirá a que se atiendan a aquellos segmentos poblacionales que han sido excluidas del sistema financiero formal, especialmente a las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi. Por ende la integración de manera visible de la mujer dentro del desarrollo económico de la región, permitiendo reducir un poco la pobreza fortaleciendo sus actividades económicas y consolidando el proceso de auto - gestión local.

Por tal razón, nuestra investigación se enmarca en realizar un análisis de la demanda de crédito de las mujeres microempresarias para el fortalecimiento de sus negocios en la ciudad de Bilwi, durante el periodo de enero a junio del año 2002.

II- OBJETIVOS.

♦ Objetivo General:

- 1- Analizar la demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, durante el período de enero a junio del Año 2002.

♦ Objetivos Específicos:

1. Conocer la situación socioeconómica de la mujer microempresaria de la ciudad de Bilwi.
2. Describir los sistemas de control que llevan las mujeres microempresarias en sus negocios en la ciudad de Bilwi.
3. Analizar las necesidades financieras de las mujeres microempresarias para el fortalecimiento de sus negocios en la ciudad de Bilwi.

III- MARCO DE REFERENCIA.

1- Mujeres microempresarias.

"Se denominan mujeres microempresarias al conjunto de mujeres que trabajan de manera independiente en pequeños negocios, donde desarrollan un sinnúmero de actividades en pequeña escala, con mano de obra familiar"¹⁴ especialmente en comercio, pulperías, panaderías, venta de ropa usada, vendedoras alimentos y servicios.

Las mujeres son las principales participantes del subempleo en el mercado de trabajo, quienes han encontrado en "el sector informal (cuentapropista) un nicho donde pueden generar ingreso para resolver una gama de necesidades básicas, enfrentando el subempleo, con la subutilización de su fuerza de trabajo"¹⁵, a fin de llevar ingreso a sus hogares.

Las mujeres tienen mayor probabilidad de pertenecer al sector informal que los hombres. "El sector informal, significa, trabajar en unidad económica pequeña, con mano de obra familiar y recursos locales, escasa dotación de capital y tecnología, con barreras limitadas para generar ingresos, alto grado de competencia, fuerza de trabajo no calificada y adquisición de conocimientos fuera del sistema educativo y fuerza laboral no sindicalizada"¹⁶.

La falta de capital y capacidad técnica en el manejo de negocio y crédito incide a que las microempresarias obtengan ingresos limitados de su negocio, por tanto es importante y necesario el acceso a crédito con capacitaciones alternas para mejoren el nivel de

14- Chamorro, Daniela. Etaet. El Observador Económico / Diciembre 1998. FIDEG - Managua, Nicaragua

15- Alaniz Castillo, Luis. Etaet. El Observador Económico / Febrero 1998. FIDEG - Managua, Nicaragua.

16- Berger, Marguerite. Etaet. La mujer en el sector informal. Editorial nueva Sociedad - ILDIS - QUITO. Primera edición, 1988

productividad, lo que conllevará a fortalecer el negocio y mejorar su condición de vida.

El mayor porcentaje de las mujeres en el sector informal se dedican a la elaboración y comercio de productos. "Para muchas mujeres la casa de habitación es el lugar donde tienen la oportunidad de combinar en el mismo espacio las responsabilidades domésticas y las dirigidas a generar ingreso para enfrentar los problemas de desempleo"¹⁷.

"Las mujeres realizan trabajo productivo sin dejar de cumplir con sus tareas de tipo reproductivo por necesidad, otras se encuentran obligadas a ocupar puestos menos atractivos en términos salariales para poder complementar los ingresos del hogar, debido a la desigualdad que existe en el mercado laboral entre mujeres y hombre. Además que la realidad de las mujeres del sector informal, no es homogénea, difiere de acuerdo al sector y el tipo de actividad que realiza"¹⁸.

"Las mujeres han tenido una amplia participación en el desarrollo socioeconómico de Nicaragua, principalmente por dos vías: el trabajo doméstico y el subempleo en actividades propias del mercado económico. Por diversas razones, la contribución de las mujeres resulta sólo parcialmente visible. Ante todo, porque únicamente las actividades convencionalmente consideradas como económicas son integradas en la contabilidad Nacional"¹⁹.

"Históricamente las mujeres han sido marginadas por los sistemas financieros, negándoles la oportunidad a crédito, por la discriminación compleja que tiene raíces en las costumbres sociales"²⁰.

17- Berger, Marguerite. Etaet. La mujer en el sector informal. Editorial nueva Sociedad - ILDIS - QUITO. Primera edición 1988

17- Idem.

18- Valdes Echenique, Teresa. Etaet. Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Instituto de la mujer - FLACSO - Chile, 1997.

19- Valdes Echenique, Teresa. Etaet. Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Instituto de la mujer - FLACSO - Chile. 1997.21

20- Chamorro, Daniela. El observador económico - Revista. Editorial Roberto Fonseca. Diciembre/1998

Por lo tanto tropiezan con obstáculos al tratar de obtener crédito a través de instituciones financieras tales como: "factores económicos que afectan la disposición de los bancos para prestar a mujeres que son prestatarias pequeñas e inexpertas, factores que afectan la disposición y capacidad de las mujeres para solicitar y aceptar crédito, la dificultad en que la institución financiera apruebe préstamos destinados a microempresarias, la falta de requisitos de garantías, papeleo excesivo requerido, mayor tasa de analfabetismo, el papel de la mujer subordinada al de los hombres, falta de otros ingresos y ahorro personal"²¹.

2- Demanda de crédito.

"Representa la suma de individuos que económicamente están dispuestos a adquirir crédito en calidad de préstamo, para satisfacer necesidades económicas, lo cual contribuye a mejorar sus negocios y de paso sus condiciones de vida. La demanda de crédito varía incesantemente conforme va evolucionando la vida económica del individuo, según su negocio, para lo cual es importante considerar las disposiciones del demandante como necesidad de capital para invertir en su negocio y otros bienes complementarios"²².

"El crédito es la entrega de bienes o productos, por lo común dinero(Capital), a cambio de una promesa de pago en una fecha futura mutuamente acordada, con sus respectivos intereses y amortización, por lo que se toman las medidas oportunas para efectuar el cobro si el pago no se efectúa en el momento acordado, y cuando el cliente debe presentar documentos que respalden o garanticen el crédito. La decisión de dar

21- Chamorro, Daniela. El observador económico - Revista. Editorial Roberto Fonseca. Diciembre/1998.

22- Bittel, Lester. Etaet. Enciclopedia del management. Primera edición. OCEANO CENTRUM España 1998

crédito depende de la evaluación del carácter, capacidad, capital, monto y garantías que presente el (la) prestatario (a) al solicitar un crédito"²³

"Los principales tipos de garantía utilizadas en los esquemas de microcrédito en las Regiones Autónomas son la Fiduciaria, hipotecaria y prendarias"²⁴

"La garantía *fiduciaria* consiste en la transferencia de un bien a un segundo, a condición de que al cancelar la totalidad de la cantidad adecuada lo devuelva después de un tiempo convenido y condiciones determinadas. Se basan en la confianza entre las partes"²⁵.

"La *hipoteca* consiste en un derecho real de garantía de una obligación, constituido sobre inmuebles naves o aeronaves, pudiendo los bienes permanecer en posesión de su dueño, y que confiere al acreedor la facultad de pedir la venta pública de estos y resarcirse con su precio si no se cumple la obligación garantizada"²⁶.

"*Prendaria*, esta es lo que se da como garantía, prueba o demostración de algo para un fin determinado"²⁷.

Además de presentar garantía para respaldar el crédito se debe cumplir con los siguientes requisitos tradicionales.

- ♦ Tener solvencia moral, fiscal, municipal.
- ♦ Cuenta colateral con el banco.
- ♦ Capacidad de pago.
- ♦ Tener inventario actualizado.

23- Bittel, Lester. Etael. Enciclopedia del management. Primera edición. OCEANO CENTRUM. España. 1998.

24- "El microfinanciamiento - Una alternativa para el autodesarrollo". Encuentro URACCAN - Siuna. RAAN. Diciembre/2001

25- "El microfinanciamiento - Una alternativa para el autodesarrollo". Encuentro URACCAN - Siuna. RAAN. Diciembre/2001

26- Idem

27- Idem

- ♦ El Negocio debe estar activo con un capital propio y legalizado²⁸.

"Los bancos y entidades financieras suelen ser inflexibles con respecto al cumplimiento de las políticas, fuentes tradicionales de crédito y los planes de amortización que se concentran en el crédito a corto plazo y en los préstamos de gran cuantía, que no se destinan a los pequeños prestatarios(as) como las microempresarias"²⁹.

- ♦ Tipos de créditos:

Crédito Individual: "Se otorga a personas, hombres y mujeres sobre la base de la presentación de algún tipo de garantía. La garantía es presentada individualmente, siendo la persona o cliente el único responsable de su reembolso- del principal más interés"³⁰.

Crédito colectivo: "Consiste en la entrega de prestamos a un grupo de entre 5 y 10 personas, que luego mediante criterios concertados procede a su distribución a lo interno"³¹.

Crédito mixto: "Es una combinación entre el crédito individual y el crédito colectivo, el préstamo se entrega a individuos (solos o como parte de una colectividad de entre 3 a 5 personas) sobre la base de presentar una fianza solidaria de mas de una persona. Mediante este tipo de garantía, el grupo de personas en su conjunto es responsable del reembolso cuando el cliente incumple con su pago"³².

28- Berger, Margarite. Etaet. La mujer en el sector informal. Primera edición, Editorial nueva sociedad - ILDIS - QUITO, 1988

29- Berger, Margarite. Etaet. La mujer en el sector informal. Primera edición, Editorial nueva sociedad - ILDIS - QUITO, 1988

30- "El microfinanciamiento - Una alternativa para el autodesarrollo" Encuentro URACCAN - Siuna, RAAN, Diciembre/2001

31- Idem

32- Idem

3- Situación Socioeconómica.

"La mujer desde sus orígenes ha participado en los ámbitos económicos, políticos, social y cultural, sin embargo esta participación ha sido normalmente velada y solo se ha hecho visible en ocasiones extraordinarias puesto que la presencia femenina se daba en términos de subordinación social, pero se reducía en los espacios institucionales menores y era prácticamente inexistente en los círculos donde se tomaba las decisiones de política Nacional"³³.

"Las mujeres obtienen por su actividad laborar un promedio de ingreso inferior al de los hombres, tal diferencia procede de la discriminación sufrida por las mujeres, tanto para acceder a los puestos de trabajo mejor remunerados como para el menor pago recibido por la realización de un mismo tipo de actividad"³⁴.

"Las mujeres han constituido en los últimos quinquenios mas de la mitad de la matricula primaria y secundaria, con relación a los hombres, teniendo un mejor rendimiento y un menor abandono escolar. Se ha observado un aumento de matricula femenina en la educación superior y nuevas orientaciones profesionales. Ha pesar de esto el nivel de analfabetismo femenino continua siendo relativamente alto, especialmente entre las mujeres mayores de 40 años"³⁵.

"Las mujeres microempresarias son de escasos recursos, por tanto enfrentan tremendos obstáculos como: aislamiento social y geográfico, analfabetismo, falta de auto confianza, limitada experiencia en los negocios y mayores problemas de salud y nutrición"³⁶. Para vencer estos obstáculos requiere mejoramiento

33- Valdes Echenique, Teresa. Etaet. Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Instituto de la mujer - FLACSO - Chile. 1997

34- Idem

35- Idem

36- Obregón Sánchez, Manuel. Estrategia reforzada de crecimiento económico y reducción de pobreza

de redes de apoyo social, económico, político y educativo, así como accesos a servicios de buena calidad para apoyar la producción de alimentos, buena salud, ingresos monetario y acumulación de bienes.

“En la realidad, desde siempre, una buena proporción de la mujer ha estado integrada al sector económico activo. Esto se ha hecho cada vez más evidente, tanto a través de su incremento numérico como asalariadas y mediante su registro como persona que se ocupa por cuenta propia”³⁷. La participación económica de las mujeres ha tenido lugar principalmente en calidad de trabajadora de los servicios, empleadas de oficinas y comerciantes.

Las mujeres jefa de familias tienden más, a trabajar por cuenta propia, por lo general son de bajo nivel académico y otras analfabetas, que no poseen propiedades, viviendas; por ende no cuentan con documentos que puedan respaldarles un crédito. “La falta de tierra y títulos de propiedad han impedido que la mujer se integre en el desarrollo de su municipio y en el mercado productivo, estas características las hacen no sujetas a crédito tradicional.”³⁸, por lo tanto, no son reconocidas como sujetas activas por los programas del estado y de las entidades financieras que apoyan las actividades productivas.

4- Sistemas de Control.

La administración de todo negocio requiere de técnicas y conocimientos previos de contabilidad. Un sistema contable debe estar diseñado de tal forma que encaje bien en la estructura de la organización de la empresa o el negocio³⁹.

37- Valdes Echenique, Teresa. Etaet. Mujeres Latinoamericanas en Cifras. Instituto de la mujer - FLACSO - Chile. 1997

38- Idem.

39- Llano, Marina. Etaet. Contabilidad práctica. Veintiuna edición. Estados Unidos. 1990

"La contabilidad permite ordenar, analizar y registrar las operaciones practicadas por una unidad económica y son indispensables para las personas que ambicionan operar su propio negocio, se debe conocer qué hacer y como registrar las transacciones del negocio, ya que periódicamente se han de hacer constar todos los bienes y derechos del activo y todas las deudas y obligaciones del pasivo de su actividad en un libro, así como el balance general de su giro, los asientos del día en orden y la relación estimativa de los bienes y derechos que posee su negocio y en un momento dado deben estar inventariados en documentos que expresen dichas relaciones"⁴⁰.

La clave de una buena administración en los negocios es un buen sistema contable, que muestra si un negocio opera con ganancias o con pérdidas con el fin de:

- ♦ Determinar el valor de sus posesiones - patrimonio, a través del correcto registro de sus activos y pasivos.
- ♦ Registrar correctamente las transacciones practicadas durante su operación, para obtener la estimación justa y razonable de las actividades del negocio o empresa.
- ♦ Proporcionar en cualquier momento información fidedigna que permitan conocer tanto la posesión financiera del negocio o empresa como la marcha y resultado de sus operaciones a acreedores y terceras personas interesados en la actividad.
- ♦ Prever el futuro de la empresa o el negocio.⁴¹

5- Necesidad financiera.

"Los individuos son seres con necesidades, tanto para subsistir como para realizarse y perfeccionarse, donde

cada uno tiene un patrón único y complejo de necesidades y carencias, deseos impuestos o latentes”⁴², lo que lo obligan a comportarse en forma que los satisfagan, están sujetos a cambio con el tiempo y la situación económica.

Los individuos para resolver sus necesidades financieras se dedican a diferentes actividades, para ello muchos necesitan recurrir a créditos para enfrentar los problemas de desempleo, “El crédito es una condición necesaria en el sector informal para lograr una verdadera productividad e ingreso, adquiriendo compromisos y obligaciones legales con el fin de cumplirlos en tiempo y forma”⁴³.

Con frecuencia, “las necesidades financieras de los individuos tiene como propósito solicitar préstamo en efectivo con el objetivo de invertir en sus actividades para fortalecer sus negocios.”⁴⁴ Esto puede ser de la siguiente manera: ampliación de negocios, compra de mercancía, inversión en equipos y otros. Lo que le generaría ingresos para subsistir, mejorar su calidad de vida y cumplir con las obligaciones adquiridas con la institución financiera o microfinanciera, otra de sus necesidades es la adquisición de habilidades y técnicas para el manejo y control de crédito y pequeños negocios, a través de capacitaciones al respecto.

“La financiación puede clasificarse en cinco grupos: a corto plazo, a mediano plazo, a largo plazo, institucional o gubernamental y financiación no incluida en los libros. Para el efecto las microempresarias deben presentar documentos que garantice el crédito”⁴⁵, esto significa que las mujeres en comparación con los hombres tienen más restricciones por razones

42- Wilcox, Kirkland A. Etaet. Introducción a la contabilidad financiera. Segunda edición, editorial Continental. S.A. - México. 1992

43- Wilcox, Kirkland A. Etaet. Introducción a la contabilidad financiera. Segunda edición, editorial Continental. S.A. - México. 1992

44- Idem

45- Idem

tradicionales, la imagen de la mujer subordinada al hombre, ya que por tradición las familias que poseen títulos de propiedad, tierra u otro lo asientan en nombre del marido.

“La capacitación es uno de los componentes más importante para la concesión de los objetivos y metas propuestas de un programa de microcredito, esto va dirigido a garantizar el buen funcionamiento del negocio por ende el buen uso y recuperación del préstamo”⁴⁶. A través de capacitaciones en temas relacionado a la administración de crédito y negocio las microempresarias podrán adquirir capacidad técnica y habilidades para el buen uso, manejo y control de su negocio.

“En el caso particular de los programas de crédito, la capacitación en temas de microempresas, manejo de crédito, mercadeo, liderazgo y otros, “permite que los beneficiarios adquieran conocimientos básicos en el manejo adecuado de un préstamo y de su negocio, la importancia de pagar el préstamo a la fecha acordada y la responsabilidad del compromiso que asume”⁴⁷.

Por tanto convertir pequeñas sumas de dinero en cantidades suficiente para satisfacer una amplia gama de necesidades relacionadas a los negocios, el consumo familiar y personal, la acumulación de activos, protegiendo la familia y fortaleciendo sus actividades económicas, lo que vendría a establecer una cultura de crédito en los beneficiarios, disminuir el nivel de morosidad y la recuperación en tiempo y forma del crédito.

46- Willson, Luis. Informe Final 2001. Asociación Pana Pana

47. Idem

IV- DISEÑO METODOLOGICO.

7.1- *Tipo de Estudio:*

Estudio descriptivo, cuantitativo de corte transversal, basado en el análisis de la demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, realizado en un período determinado de seis meses de enero a junio del año 2002.

7.2- *Area de Estudio:*

Mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, ubicadas en los sectores mercados, barrios y parque.

7.2- *Universo:*

Conformado por **448 mujeres microempresarias registradas** en la alcaldía municipal de la ciudad de Bilwi, que trabajan en diferentes sectores (mercados (Municipal/San Jerónimo), barrios (Pitter Ferrera, Libertad, Los ángeles, Aeropuerto, Filimón Rivera San Luis) y el parque municipal.

7.3- *Muestra:*

138 Mujeres microempresarias que representa el 30.8% del universo, el cual fue obtenido a través de método probabilística estratificada. Clasificadas de la siguiente manera: **(Ver Anexo #5)**.

- ◆ Sector Mercado: 68 mujeres microempresarias.
- ◆ Sector Barrio: 58 Mujeres microempresarias.
- ◆ Sector Parque: 12 mujeres microempresarias.

7.4- *Procedimiento de recolección de información / datos:*

7.4.1- *Fuentes:*

- ♦ Fuente primaria: Encuestas realizadas a mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, con el fin de obtener diversas opiniones de los sectores mercados, barrios y parque, en relación con la demanda de crédito.
- ♦ Fuente secundaria: Revisión de bibliografía e informes relacionado al tema

7.4.2- **Métodos:** Encuestas directas estructuradas, dirigidas a las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

7.4.3- **Mecanismo:** Guía de encuesta. (ver anexo #4)

7.5- Variables consideradas en el estudio:

De acuerdo a los objetivos fueron seleccionados tres variables principales con sus respectivas subvariables (ver anexo#3, operacionalización de variables).

7.5.1- **Situación socio económico.**

7.5.2- **Sistema contable.**

7.5.3- **Necesidades financieras.**

7.6- Consideraciones éticas:

La información que nos proporcionaron será confidencial, será utilizado para fines investigativos, sus nombres no serán incluidos en la investigación.

7.7- Procedimiento y Análisis de resultados:

Primeramente se calcularon los datos estadísticos recolectados, a través del método del palote, luego se realizaron el análisis correspondiente, basándose en las variables del estudio, con la finalidad de analizar la demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

V- RESULTADOS.

1- Situación Socioeconómico de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

1.1- Estado civil: (ver anexo#2 - cuadro#1)

En cuanto al estado civil de las mujeres encuestadas en el sector mercado, el 41.2% (28 mujeres) expresaron ser solteras, el 35.3% (24 mujeres) casadas y un 23.5% (16 mujeres) representaron a las mujeres acompañadas.

En el sector barrio, se identificó, que de las mujeres encuestadas el 32.8% (19 mujeres) señalaron ser solteras, el 37.9% (22 mujeres) manifestaron ser casadas y un 29.3% (17 mujeres) mujeres acompañadas.

Con respecto al sector parque, se encontró, que el 50% (6 mujeres) de las mujeres encuestadas dijeron ser solteras, el 41.7% (5 mujeres) casadas y un 8.3% (1 mujer) señaló ser acompañada.

En general, de las mujeres microempresarias encuestadas se observó, que sobresalen las solteras, seguidas por las casadas con poco diferencia y en una minoría las acompañadas.

1.2- Nivel académico: (ver anexo#2 - cuadro#2)

Referente al nivel académico de las mujeres microempresarias se encontró que del sector mercado, el 8.8% (6 mujeres) manifestaron ser analfabetas, el 29.4% (20 mujeres) solamente iniciaron estudios en educación primaria incompleta, el 22.1% (15 mujeres) expresaron haber iniciado estudios en educación secundaria sin poder concluirlos, el 22.1% (15 mujeres) refirieron ser

bachilleres, el 5.9% (4 mujeres) señalaron haber concluido estudios técnicos y un 11.8% (8 mujeres) dijeron ser mujeres universitarias.

En el sector barrio, se observó, que el 6.9% (4 mujeres) de las mujeres encuestadas dijeron ser analfabetas, el 20.7% (12 mujeres) solamente iniciaron estudio en educación primaria incompleta, el 22.4% (13 mujeres) expresaron haber iniciado estudios en educación secundaria sin concluirlos, el 12.1% (7 mujeres) refirieron ser bachilleres, el 25.9% (15 mujeres) manifiestan haber concluido estudios técnicos, el 10.3% (6 mujeres) son mujeres universitarias y un 1.7% (1 mujeres) refirió haber concluido estudio superior.

En cuanto al sector parque, el 75%(9 mujeres) expresaron haber iniciado estudio de educación primaria incompleta y un 25% (3 mujeres) haber iniciado estudio secundaria sin poder concluirlo.

Del total de mujeres encuestadas la mayoría manifestaron haber iniciado estudio primaria sin concluirlo y una minoría haber concluido estudio superior.

1.3- Tipos de negocios: (ver anexo#2- cuadro#3)

En el caso del tipo de negocio que tienen las mujeres microempresarias del sector mercado, el 50% (34 mujeres) de las encuestadas, señalaron que su negocio es de comercio, el 4.4% (3 mujeres) que su negocio es de servicio, el 16.2% (11 mujeres) pulpería, el 8.8% (6 mujeres) dijeron que tienen comedor y un 20.6% (14 mujeres) expresaron que tienen otro tipo de negocio entre ellos venta de ropa usada, fritanga, chiveria, venta de fresco natural y abarrotería. Expresando algunas "El tipo

de mi negocio va de acuerdo a las posibilidades que tenia cuando inicie mi propio negocio”.

Con respecto al sector barrio, el 8.6% (5 mujeres) de las encuestadas manifestaron que su negocio es de comercio/tienda, el 5.2% (3 mujeres) que su negocio es de servicio, mas de la mitad el 67.2% (39 mujeres) refirieron que su negocio es pulpería, 3.5% (2 mujeres) dijeron que su negocio es comedor y un 15.5% (9 mujeres) señalaron que se dedican a otro tipo de negocio (Ropa usada, fritanga, chiveria, venta de fresco natural y abarrotería). Manifestando la mayoría “Mi negocio fue creado en mi casa por la necesidad de tener una fuente de ingreso segura, donde puedo atender las responsabilidades del hogar y el negocio. Otras dijeron “Considero que desde mi casa, tengo la oportunidad de atender el negocio y mi hogar, vendiendo productos de primera necesidades, así tener una entrada diaria, y si llegara a tener alguna urgencia, me lo puede atender algún familiar”

Por otra parte, en el sector parque, el 100% (12 mujeres) de las mujeres microempresarias manifestaron que su negocio es venta de frito, vigoron, refresco y chiverias. Expresando la mayoría “Soy pobre, sin mucha educación, necesito trabajar, no me queda otra cosa que trabajar en el parque vendiendo frito, vigoron, refresco, cosas pequeñas en cantidades pequeñas para vivir”.

Tomando en cuenta el total de las mujeres microempresarias encuestadas se observó que sobresalen las que manifestaron que su negocio es pulpería y una mínima parte que su negocio es comedor.

1.4- Propiedad del negocio: (ver anexo#2- cuadro#4)

En el sector mercado los resultados obtenidos en cuanto a la propiedad del negocio reflejó, que el 41.2% (28 mujeres) expresaron que el local de su negocio es propio y un 58.8% (40 mujeres) de las microempresarias, señalaron que es alquilado.

Las mujeres del sector barrio, manifestaron en un 84.5% (49 mujeres) que el local de su negocio es propio y un 15.5% (9 mujeres) dijeron que el local es alquilado.

En cuanto al sector parque en un 100% (12 mujeres) expresaron que el local de su negocio es alquilado, ya que le pertenece al municipio, aunque lo que pagan es una minoría.

En general, se observó que del total de mujeres microempresarias encuestadas no hay diferencia significativa entre las que dijeron ser dueñas del local de su negocio (77 mujeres) y las que trabajan en locales alquilados (61 mujeres). Por otra parte se notó que ninguna de las encuestadas trabajan en locales prestado.

1.5- Sociedad en el negocio: (ver anexo#2- cuadro#5)

En el sector mercado el 3% (2 mujeres) de las mujeres dijeron que tienen sociedad en su negocio y un 97% (66 mujeres) que trabajan solas sin sociedad alguna.

En cuanto al sector barrio, el 100% (58 mujeres) no tienen sociedad en su negocio por lo que trabajan solas.

Con respecto al sector parque, el 100% (12 mujeres) de las mujeres encuestadas expresaron que no tienen

sociedad en su negocio, refiriendo "Mi negocio es pequeño, lo poco que tengo es propio", algunas dijeron que han tenido apoyo de sus parientes.

Al hacer referencia a los diferentes sectores objeto de estudio, se observó que la mayoría de las mujeres encuestadas no trabajan en sociedad en su negocio, por lo tanto es una minoría de las mujeres las que trabajan en sociedad.

1.6- Años de trabajo en negocio: (ver anexo#2-cuadro #6)

Al indagar los años que llevan trabajando las mujeres microempresarias en su negocio, se obtuvo que en el sector mercado, el 26.5% (18 mujeres) señalaron que llevan entre 1 a 5 año en sus negocios, el 33.8% (23 mujeres) entre 6 a 10 años llevan trabajando en sus negocios y un 39.7% (27 mujeres) señalan que llevan mayor de 10 años trabando en su negocio.

En el sector barrio, el 13.8% (8 mujeres) de las encuestadas refirieron que llevan entre 1 a 5 años trabajando en su negocio, el 51.7% (30 mujeres) entre 6 a 10 años en su negocio y un 34.5% (20 mujeres) de las encuestadas dijeron que llevan mayor de 10 años en esta actividad.

En cuanto al sector parque, se encontró que el 41.7% (5 mujeres) de las encuestadas señalaron que llevan entre 1 a 5 años trabajando en su negocio, el 16.7% (2 mujeres) de 6 a 10 años y el restante 41.7%(5mujeres) refirieron tener mayor de 10 años en esta actividad.

Con relación al total de las encuestadas se observó, que con una mínima diferencia sobresalen las mujeres que

llevan entre 6 a 10 (55 mujeres), seguido de las que expresaron que llevan mayor de 10 años en su negocio (52 mujeres). Por ende la minoría de las encuestadas lleva entre 1 a 5 años en sus negocios.

1.7- Adquisición de mercadería: (ver anexo#2-cuadro#7)

En el caso de la adquisición de mercadería de las mujeres microempresarias encuestadas, en el sector mercado, el 66% (45 mujeres) de las mujeres refirieron que adquieren la mercadería a través de compras directas, manifestando "En Puerto Cabezas, no existen comerciantes mayoristas que nos abastezcan la mercadería, por eso compramos el producto de Managua de manera directa". El 4.4% (3 mujeres) al crédito y un 29.4% (20 mujeres) señalaron que lo adquieren a través de compra directa y al crédito.

Con respecto al sector barrio, el 58.6% (34 mujeres) de las encuestadas manifestaron que adquieren la mercadería a través de compra directa, refiriendo la mayoría "Las distribuidoras existentes en Puerto Cabezas, no dan productos al crédito". El 8.6% (5 mujeres) al crédito y el 32.8% (19 mujeres) adquiere la mercadería a través de compra directa y al crédito.

En cuanto al sector parque, el 91.7% (11 mujeres), expresaron que adquieren la mercadería a través de compra directa y 8.3% (1 mujer), adquiere la mercadería al crédito, expresando la mayoría "Mi negocio es fritanga, el producto lo compro de un día para otro, en poca cantidad, no tengo quien me de crédito, lo tengo que comprar en efectivo"

Con relación a los sectores objeto de estudio se tiene que la mayoría de las mujeres microempresarias encuestadas

adquieren la mercadería a través de compra directa y una minoría al crédito.

1.8- Administración de negocio: (ver anexo#2-cuadro#8)

En cuanto a la administración de negocio, las mujeres encuestadas del sector mercado, manifestaron en un 86.8% (59 mujeres) que ellas administran su negocio y el 13.2% (9 mujeres) refirieron que un miembro de su familia administra el negocio.

En el sector barrio, el 86.2% (50 mujeres) expresaron que ellas administran su negocio y un 13.8% (8 mujeres) señalaron que un miembro de su familia administra su negocio.

En lo particular en el sector parque, el 83.3% (10 mujeres) dijeron que ellas administran su negocio y 16.7% (2 mujeres) manifestaron que un miembro de su familia administra el negocio.

De manera general, se observó que la mayoría de las mujeres microempresarias están al frente de sus negocios, ya que es su única fuente de ingreso y la minoría dijeron que un miembro de su familia administra el negocio.

1.9- Otras fuentes de ingresos: (ver anexo#2-cuadro#9)

En el caso de las mujeres microempresaria objeto de estudio del sector mercado, el 35.3% (24 mujeres) manifestaron que tienen otros ingresos además de su negocio los cuales provienen de su pareja y un 64.7% (44 mujeres) expresaron no tener otro ingreso.

En el sector barrio, el 55.2% (32 mujeres) dijeron tener otro ingreso fuera de su negocio y un 44.8% (26 mujeres) refirieron no tener otro tipo de ingreso.

Las mujeres del sector parque, expresaron en un 33.3% (4 mujeres) que cuentan con otro tipo de ingreso y 66.7% (8 mujeres) manifestaron que no tienen otro tipo de ingreso fuera de su negocio.

En general se observó que la mayoría de las mujeres microempresarias objeto de estudio manifestaron no tener otros ingresos fuera de su negocio, expresando "Mi pareja y yo somos desempleados", otras dijeron "Soy soltera mi único trabajo es mi negocio" y una minoría expresaron tener otros ingresos que provienen de su trabajo, del trabajo de su pareja, otras obtienen ingreso del alquiler de cuarto, vivienda.

2- Sistema de control en el negocio de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

2.1- Contabilidad en el negocio: (ver anexo#2-cuadro#10)

En el caso de las mujeres microempresaria objeto de estudio del sector mercado, referente a que si llevan contabilidad en su negocio, el 47.1% (32 mujeres) de las encuestadas expresaron que llevan inventario en su negocio y un 52.9% (36 mujeres) dijeron que no llevan contabilidad expresando la mayoría "Los años que llevo trabajando en este negocio me permite saber cuanto le gano a cada producto que vendo en mi negocio".

Las mujeres encuestadas del sector barrio, refirieron en un 56.9% (33 mujeres) que llevan contabilidad en su

negocio y un 43.1% (25 mujeres) señalaron que no llevan contabilidad en su negocio, manifestando "Conozco mi negocio, yo lo atiendo, no es necesario llevar contabilidad".

En el sector parque, el 100% (12 mujeres) de las encuestadas manifestaron que no llevan contabilidad, expresando "No se como hacerlo", su nivel académico es muy bajo, no tienen conocimiento al respecto.

2.2- Tipo de contabilidad que llevan en el negocio: (ver anexo#2- cuadro#11)

Las mujeres encuestadas del sector mercado, referente al tipo de control que llevan en su negocio, un 6% (4 mujeres) respondieron que llevan libro de registro diario (en cuaderno), el 1% (1 mujer) manifestó que realiza estado de resultado, el 22% (15 mujeres), expresaron que llevan control de su negocio a través de inventario al momento de realizar compra y cuando introducen el producto al negocio, el 15% (10 mujeres) manifestaron que llevan libro de registro diario e inventario, el 3% (2 mujeres) y un 53% (36 mujeres) no llevan ningún tipo de control, manifestando que no consideran necesario por la experiencia que llevan en su negocio.

En el sector barrio, se observó que el 10.3% (6 mujeres) manifestaron que llevan libro de registro diario en su negocio, el 22.4% (13 mujeres) realizan inventario, el 19% (11 mujeres) lo realizan a través de libro de registro diario e inventario a través de las facturas de compra, el 3.4% (2 mujeres) llevan libro de registro diario, inventario e informe para el control de su negocio, el 1.7% (1 mujer) dijo que lleva otro tipo de control el cual lo realiza través del control de facturas de compra y un 43.1% (25 mujeres) no realizan ningún tipo de contabilidad en su

negocio, expresando que ya saben cuanto le ganan a cada producto que venden en su negocio.

Las mujeres encuestadas del sector parque en un 100% (12 mujeres) no llevan contabilidad por que no saben como hacerlo su nivel académico no se lo permite.

Con relación a las mujeres que manifestaron que de una u otra forma llevan contabilidad en su negocio prevalecen las que lo hacen a través de inventario que realizan antes y después de la compra, seguido con una poca diferencia por las que manifestaron que llevan libro de registro diario (en cuaderno) e inventario cuando necesitan realizar compra de mercadería.

3- Necesidad financiera de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

3.1- *Interés en solicitar crédito: (ver anexo#2-cuadro#12)*

En relación con el interés en solicitar crédito, las mujeres microempresarias del sector mercado, en un 63.8% (37 mujeres) expresaron que les gustaría solicitar crédito, expresando "Mi negocio es pequeño, por eso no es tomado en cuenta por las instituciones que dan crédito" otras dijeron "El crédito lo invertiría en mi negocio para ampliarlo, así obtener más ganancia". Por lo tanto el acceso a crédito es importante y necesario en el sector informal, ya que ayudaría a que las microempresarias aumenten el volumen de productividad por ende la adquisición de ganancia para el beneficio familiar.

El 20.7.2% (12 mujeres) dijeron que no les gustaría trabajar con crédito, expresando: "Los intereses son muy elevados" y 15.5% (9 mujeres) dijeron que en la

actualidad trabajan con crédito que proviene de la Asociación Pana Pana y algunas de parientes.

En el sector barrio, se identificó que el 55.9% (38 mujeres) de las mujeres microempresarias manifestaron que desean solicitar préstamo para invertir en su negocio expresando la mayoría "Si me dieran la oportunidad de optar a crédito, de acuerdo a mis posibilidades, mejoraría mi situación económica", el 29.4% (20 mujeres) prefieren no solicitar préstamo, expresando "Pagaría el doble de lo que prestaría" y el 14.7% (10 mujeres) expresaron que en la actualidad trabajan con crédito, financiados por la Asociación Pana Pana y otros por su familia.

Con respecto al sector parque, casi la totalidad 91.7% (11 mujeres) de las encuestadas refirieron que desean solicitar crédito, manifestando la mayoría "Me gustaría trabajar con crédito, pero si me permitieran pagar semanal, en cantidad pequeña al alcance de mi negocio" y un 8.3% (1 mujer) de las encuestadas expresando "No tengo interés en solicitar préstamo". La totalidad de las mujeres del sector parque expresaron que no trabajan en la actualidad con crédito expresando "He intentado solicitar crédito, pero como mi negocio es pequeño no me dan crédito"

En general se observó, que la mayoría de las mujeres encuestadas tienen la necesidad de trabajar con crédito para invertir en sus negocios, en la actualidad son pocas las que trabajan con crédito y una minoría no tienen interés de solicitar crédito, ya que demasiado interés pagarían, otras dijeron que sus negocios son muy pequeños, por lo que no son tomados en cuenta por las instituciones que dan crédito.

3.2- Monto que prestaría: (ver anexo#2- cuadro#13)

Con relación al monto que prestarían, las mujeres microempresarias del sector mercado, en un 22.1% (15 mujeres) expresaron que solicitarían un monto menor a 5,000.00 córdobas, el 5.9% (4 mujeres) dijeron que prestarían entre 5,000.00 a 10,000.00 córdobas, el 22.1% (15 mujeres) manifestaron que prestarían entre 10,000.00 a 25,000.00 córdobas, el 11.8%(8 mujeres) refieren que la cantidad a solicitar sería mayor a 25,000.00 córdobas y el resto 38.2% (26 mujeres) dijeron que no optarían por crédito.

En el sector barrio, se encontró que el 12.1% (7 mujeres) de las mujeres microempresaria señalaron que solicitarían un monto menor a 5,000.00 córdobas, el 32.8%(19 mujeres) expresaron que podrían solicitar entre 5,000.00 a 10,000.00 córdobas, el 17.2% (10 mujeres) refirieron que prestarían entre 10,000.00 a 25,000.00 córdobas, el 15.5% (9 mujeres) expresaron que les gustaría solicitar un monto mayor de 25,000.00 córdobas y el restante 22.4% (13 mujeres) dijeron que no optaría por crédito.

Con respecto al sector parque, el 50%(6 mujeres) de las encuestadas dijeron que les gustarían solicitar un monto menor a 5,000.00 córdobas, el 42.7% (5 mujeres) de las encuestadas manifestaron que podrían solicitar entre 5,000.00 a 10,000.00 córdobas y el 8.3%(1 mujer) dijeron que no optarían por crédito.

Tomando en cuenta el total de mujeres encuestadas se pudo observar que la mayoría de las mujeres están interesadas en solicitar una cantidad menor de C\$ 5,000.00 córdobas, seguido por las que solicitarían un monto entre 5000.00 a 10,000.00 córdobas y una mínima

parte de las encuestadas que optaron por crédito dijeron que podrían solicitar un monto mayor de 25,000.00 córdobas. El resto expresaron que no optarían por crédito.

3.3- *Inversión del crédito: (ver anexo#2- cuadro#14)*

En cuanto a la inversión del préstamo, las mujeres microempresarias encuestadas del sector mercado, en un 38.2% (26 mujeres) refirieron que utilizarían el préstamo para invertir en compra de mercadería, el 2.9% (2 mujeres) manifestaron que invertirían en compra de nuevos equipos, el 17.6% (12 mujeres) en ampliación de negocio, el 2.9% (2 mujeres) señalaron que invertirían en compra de mercadería y ampliación de negocio y el porcentaje restante 38.2% (26 mujeres) expresaron que no optarían por crédito.

Con relación al sector barrio, se encontró que el 31% (18 mujeres) de las encuestadas utilizarían el préstamo en compra de mercadería, el 13.8%(8 mujeres) manifestaron que lo invertirían en ampliación de negocio, el 19% (11 mujeres) en compra de mercadería y ampliación de negocio, el 13.8% (8 mujeres) señalaron que les gustaría invertir el préstamo en compra de mercadería, en nuevos equipos y ampliar sus negocios y un 22.4% (13 mujeres) expresaron que no optarían por crédito.

En cuanto al sector parque, los resultados obtenidos muestran que el 83.3% (10 mujeres) de las encuestadas expresaron que invertirían el préstamo en compra de mercadería, el 8.3% (1 mujer) expreso que invertiría en ampliación de su negocio y un 8.3% (1 mujer) dijeron que no optarían por crédito.

En general las mujeres microempresarias objeto de estudio en su mayoría expresaron que invertirían el

préstamo en compra de mercadería y una minoría señalan de manera equitativa que invertirían el préstamo en compra de mercadería, ampliación de negocio y en nuevos equipos. Expresando casi la mayoría "Al invertir el crédito en mi negocio, puedo obtener más ingresos para mejorar mi condición de vida y la de mi familia"

3.4- Documento de garantía (ver anexo#2- cuadro#15)

Referente a los documentos de garantía que pueden presentar las mujeres microempresarias del sector mercado al solicitar un préstamo, se identificó que el 51.5%(35 mujeres) cuentan únicamente con documento de hipoteca de propiedad (casa de habitación), el 1.5% (1 mujer) manifestó que tiene como documentos de garantía sus prendas, el 7.4% (5 mujeres) aseguraron que cuentan con documentos como hipoteca, prendas, fiduciaria; el 1.5% (1 mujer) manifestó contar con otros tipos de documentos como garantía fincas y ganados y el restante 38.2% (26 mujeres) expresaron que no optarían por crédito.

En el sector barrio, el 63.8% (37 mujeres) de las mujeres manifestaron que hipotecarían su casa de habitación para garantizar un préstamo, el 1.7% (1 mujer) dijo que daría sus prendas como garantía al solicitar préstamo, el 3.4% (2 mujeres) cuentan con documentos de hipoteca y prendas como garantía de un préstamo, el 1.7% (1 mujer) manifestó tener todos los documentos que garantizan un préstamo como hipoteca, prenda, fiduciaria, el 6.9% (4 mujeres) manifestaron que no tienen ningún tipo de documento que garanticen un préstamo y el porcentaje restante manifestaron que no optarían por crédito (22.4%).

Referente al sector parque, se identificó que el 83.3% (10 mujeres) de las encuestadas expresaron tener como documento de garantía la hipoteca de su casa, el 8.3% (1 mujer) dijo tener como documento de garantía sus ganados y otra 8.3% (1 mujer) dijo que no optaría por crédito.

En general se observó, que la mayoría de las mujeres microempresarias cuentan con documentos de hipoteca de sus casas y una minoría distribuidas equitativamente tienen disponibles prendas, otras todos los documentos que garantiza un préstamo, una de ellas cuenta con finca y ganados y 4 mujeres de las encuestadas no cuenta con ningún tipo de documento para respaldar un crédito.

3.5- Cuenta de ahorro: (ver anexo#2- cuadro#16)

Con respecto al sector mercado, se identificó que un 41% (28 mujeres) de las microempresarias encuestadas manifestaron que tienen cuenta de ahorro y un 59% (40 mujeres) expresaron no tener cuenta de ahorro.

En relación con el sector barrio, el 44.8%(26 mujeres) de las encuestadas expresaron que tienen cuenta de ahorro y un 55.2% (32 mujeres) señalaron que no tienen cuentas de ahorro.

En cuanto al sector parque, el 100% (12 mujeres) de las mujeres microempresarias encuestadas manifestaron que no tienen cuentas de ahorro.

Del total de mujeres microempresarias encuestadas se pudo identificar que la mayoría de ellas no tienen cuentas de ahorro y una minoría de ellas tienen cuentas de ahorro.

3.6- Capacidad de administrar sus negocios y créditos: (ver anexo#2- cuadro#17)

Con relación al sector mercado, el 97% (66 mujeres) expresaron tener capacidad de administrar un crédito por ende su negocio y un 3% (2 mujeres) manifestaron que no tienen capacidad de administrar un crédito.

Con respecto al sector barrio, el 100% (58 mujeres) de las mujeres refirieron que pueden administrar un crédito por ende su negocio.

En el sector parque, el 83% (10 mujeres) expresaron tener capacidad de administrar un crédito por lo tanto su negocio y un 17% (2 mujeres) señalaron que no tienen capacidad de administrar un crédito.

Referente a los diferentes sectores objetos de estudio, parque, barrio, mercado, se observó que casi la totalidad de las mujeres (134 mujeres) manifestaron que tienen capacidad de administrar un crédito por lo tanto su negocio y una minoría expreso que no tienen capacidad de administrar un crédito.

3.7- Interés de ser capacitada para administrar sus negocios y créditos: (ver anexo#2- cuadro#18)

Con relación a las mujeres microempresarias del sector mercado, el 94%(64 mujeres) de las encuestadas expresaron que les gustaría ser capacitada para administrar su negocio y créditos y el 6% (4 mujeres) dijeron que no desean ser capacitadas.

En cuanto al sector barrio, la totalidad 100% (58 mujeres) de las mujeres microempresarias encuestadas dijeron que desean ser capacitadas para manejar sus negocios y

créditos. Situación similar ocurre con el sector parque donde el 100% (12 mujeres) dijeron que desean ser capacitadas en temas relacionados al manejo y control de sus negocios.

De manera general, del total de mujeres microempresarias encuestadas, se observó que la mayoría de ellas desean ser capacitadas para administrar un negocio, expresando "Siempre es bueno recibir capacitaciones en cuanto al manejo y control de negocios, nosotras manejamos nuestro negocio pero sabemos que no lo hacemos a como se debe manejar" y en una minoría de ellas expresaron que no desean ser capacitadas, manifestando "Por los años que llevo trabajando en este tipo de negocio ya se como se maneja"

VI- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

1- Situación socioeconómica de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

1.1- Estado civil:

Las mujeres microempresarias objeto de estudio de la ciudad de Bilwi, manifestaron en un mayor porcentaje ser solteras y en un menor porcentaje acompañadas, aunque la diferencia entre las solteras y las casadas no varía mucho. Las mujeres microempresarias solteras sobresalen en el sector parque en un 50% y las casadas en un 41.7%. En cambio, las acompañadas sobresalen en el sector barrio en un 29.3%.

Este estudio revela que tanto las mujeres solteras, acompañadas como casadas, están enfrentando un mismo problema, la falta de empleo, por lo tanto se ven forzadas a crear su propio empleo, con el fin de tener una fuente de ingreso seguro, sin dejar de cumplir con las tareas del hogar.

Obteniendo así que la mayoría de las microempresarias por su condición de solteras, otras con parejas sin empleo, buscan formas de llevar ingreso a su hogar por necesidad, a través de la elaboración y comercio de productos, para sustentar sus necesidades básicas y las de sus familias, trabajando en el sector informal (negocios pequeños).

1.2- Nivel académico:

En cuanto al nivel académico las mujeres objeto de estudio que manifestaron ser analfabetas se encuentran en el sector mercado con 8.8%, seguida por el sector barrio con 6.9%. Es importante señalar que en el sector parque no existe mujeres analfabetas, ellas manifestaron en un 75% haber iniciado sus estudios de educación primaria sin poder concluirlos, lo cual se debe a su condición de pertenecer a familias pobres por ende no cuentan con recursos para sustentar sus estudios y el resto, 25% pertenecen al nivel de educación secundaria incompleta.

Las mujeres bachilleres encuestadas sobresalen en el sector mercado en un 22.1%. Las mujeres que señalaron pertenecer al nivel de estudio técnico sobresalen en el sector barrio con un 25.9%, las universitarias el 11.8% se encuentran en el sector mercado y 10.3% en el sector barrio con una diferencia poca significativa entre ambos sectores.

De las encuestadas una minoría expresaron ser universitarias y solo una de ellas dijo haber realizado estudio superior. Esto implica que casi la mayoría de las mujeres microempresarias encuestadas son de bajo nivel académico.

El bajo nivel académico de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi es el principal factor que impide que ellas se desarrollen en el sector formal. Por lo tanto se ven forzadas a crear su propio empleo de acuerdo a su condición de pobreza en el sector informal, para dar respuesta a sus necesidades económicas crecientes.

1.3- Tipo de negocios:

La mayoría de las informantes caracterizaron su negocio como pulpería y una minoría como comedor.

De acuerdo a los diferentes sectores que abarca el estudio, se observó, que el mayor porcentaje de las mujeres que se dedican a comercio pertenece al sector mercado en un 50%, las que se dedican a la compra y venta de mercaderías ya fabricadas. El 50% restante de este sector se dedican en pequeñas escala a negocios de servicio, pulpería, comedor y otros.

Las mujeres que manifiestan que su negocio es pulpería, sobresalen en un 67.2% en el sector barrio, al igual que el sector mercado, el porcentaje restante de las microempresarias se dedican a comercio, servicio, comedor y otros, permitiéndole atender las labores domesticas, su rol de madre y tener una fuente de ingreso segura para dar respuesta a las necesidades básicas de su familia. Lo antes expuesto se sustenta con la teoría que dice "Para muchas mujeres la casa de habitación es el lugar donde tienen la oportunidad de combinar en el mismo espacio las responsabilidades domésticas y las dirigidas a generar ingreso para enfrentar los problemas de desempleo"

El mayor porcentaje de las mujeres encuestadas que señalaron que se dedican a otro tipo de negocios como: Fritanga, Vigoron, refresco, chiveria, venta de ropa usada, sobresalen en el sector parque y un menor porcentaje al sector barrio.

Es importante señalar que las encuestadas del sector parque se dedican en un 100% a la elaboración de productos como frito, vigoron, refresco y otros, lo cual es

una extensión de la función que desempeñan en sus hogares.

Las opiniones de las mujeres microempresarias que más sobresalen son:

"El tipo de mi negocio va de acuerdo a las posibilidades que tenía cuando inicie mi propio negocio".

"Mi negocio fue creado en mi casa por la necesidad de tener una fuente de ingreso segura, donde puedo atender las responsabilidades del hogar y el negocio.

"Considero que desde mi casa, tengo la oportunidad de atender el negocio y mi hogar, vendiendo productos de primera necesidades, así tener una entrada diaria, y si llegara a tener alguna urgencia, me lo puede atender algún familiar"

"Soy pobre, de bajo nivel académico, no me queda otra cosa que trabajar en el parque vendiendo frito, vigoron, refresco, cosas pequeñas en cantidades pequeñas para vivir".

Este estudio muestra que los negocio de los sectores barrios y mercados están mas fortalecidos que los del sector parque, por ende generan un poco más de ingreso, de acuerdo a los productos que ofrecen en sus negocios.

Por ejemplo las mujeres del sector mercado venden prendas de vestir, utensilios de cocina, verduras y otros. Las del sector barrio venden granos básicos, pan, entre otros. En cambio las del sector parque se dedican a la venta de frito, vigoron, refresco y otros. Esto quiere decir que las mujeres de los sectores barrio y mercado invierten

mas capital, por ende generan mayor ingreso que el sector parque.

Este estudio refleja que las mujeres microempresarias del sector parque trabajan con unidades económicas más pequeñas que los otros dos sectores objeto de estudio. Esto se sustenta con la teoría que dice "La realidad de las mujeres del sector informal, no es homogénea, difiere de acuerdo al sector y el tipo de actividad que realiza".

1.4- Propiedad del negocio:

Con poco diferencia entre las encuestadas objeto de estudio sobresalen las microempresarias que manifestaron que el local de su negocio es propio. Es importante establecer que las mujeres encuestadas que expresaron que el local de su negocio es alquilado se debe a que trabajan en locales propiedad del municipio por lo que deben de contribuir pagando una cuota a la alcaldía de acuerdo al tipo de negocio que realiza.

Las informantes que manifestaron que el local de su negocio es propio en un 84.5% sobresalen en el sector barrio, en cambio las que manifestaron que el local de su negocio es alquilado prevalecen en el sector mercado en un 58.8%. Teniendo que ninguna de las encuestadas trabajan en locales prestado.

Las mujeres del sector barrio crean su negocio en sus hogares, con el fin de contar con un empleo desde su casa de habitación que le permita atender tanto sus responsabilidades productiva y reproductiva. Muchas de ellas lo hacen para enfrentar los problemas de desempleo que viven día a día dando respuesta a sus necesidades básicas con el ingreso que obtienen de sus pequeños negocios y otras para generar otra fuente de ingreso

además de su salario en los puestos de trabajo especialmente como maestras, enfermeras o en trabajos de servicio.

En cuanto al sector Mercado y parque la totalidad, no cuenta con trabajo en el sector formal, por ende crean su propio empleo, para dar respuesta a sus necesidades económicas.

1.5- *Sociedad en el negocio:*

La totalidad (100%) de las mujeres microempresarias del sector barrio y parque, no tienen ninguna sociedad en sus negocios, situación similar ocurre con las mujeres en el sector mercado donde el 97% tampoco tiene sociedad en el negocio, esto permite manifestar que la mayoría de las mujeres microempresarias no tienen sociedad alguna en su negocio, manifestando "Mi negocio es pequeño, lo poco que he invertido, es propio".

Una mínima parte de las encuestadas refirieron que trabajan en sociedad, expresando "trabajo en sociedad con un familiar", otras dijeron "He tenido apoyo económico de parientes" por tanto ellas trabajan en unidad económica pequeña con mano de obra familiar.

1.6- *Años que llevan trabajando en el negocio:*

Según los resultados obtenidos sobre los años que llevan trabajando en sus negocios las microempresarias; se observó que las que manifestaron llevar entre 1 a 5 años trabajando en su negocio, prevalecen en 41.7% (5 mujeres) en el sector parque. Las que refirieron llevar entre 6 a 10 años en este tipo de negocio sobresalen en 51.7% (30 mujeres) en el sector barrio y el 41.7% (5 mujeres) en el sector parque dijeron en su mayoría llevan

mayor de 10 años en su negocio. Se observó que con poco diferencia sobresalen las que manifestaron que llevan entre 6 a 10 años (55 mujeres), seguido por las que llevan mayor de 10 años en sus negocios (52 mujeres), por lo tanto la minoría (31 mujeres) llevan entre 1 a 5 años trabajando en sus negocios.

1.7- Adquisición de mercadería:

Del total de mujeres microempresarias encuestados, la mayoría refirieron que adquieren su mercadería a través de compra directa (90 mujeres) y una minoría al crédito. Casi la totalidad de las mujeres encuestadas del sector parque 91.7% manifestaron que adquieren el producto de manera directa, expresado "Mi negocio es fritanga, el producto lo compro de un día para otro, en poca cantidad, no tengo quien me dé crédito, lo tengo que comprar en efectivo".

En el sector mercado el 66% de las encuestadas expresaron que adquieren su mercadería a través de compra directa, manifestando "En Puerto Cabezas no existen comerciantes mayoristas que nos abastezcan la mercadería por eso compramos el producto desde Managua de manera directa".

Casi similar es el caso de las mujeres del sector barrio donde el 58.6% expresaron que realizan compra directa de mercadería, refiriendo "Las distribuidoras existentes en Puerto Cabezas, no dan productos al crédito".

Este estudio muestra que las microempresarias de la ciudad de Bilwi, no tienen acceso a crédito de mercadería para surtir sus negocios, por tanto tienen que comprar de manera directa la mercadería, en cantidades pequeñas, al alcance de su bolsillo.

1.8- Administración de negocio:

Las microempresarias encuestadas en su mayoría manifestaron que ellas administran su negocio (119 mujeres) y una minoría (19 mujeres) que un miembro de su familia lo administra. De acuerdo a los tres sectores, las informantes que manifestaron que ellas administran su negocio con poca diferencia se encuentran en el sector mercado en un 86.8%(59 mujeres), en el sector barrio 86.2%(50 mujeres) y 83.3% (10 mujeres) en el sector parque. Esto se debe a que ellas no cuentan con trabajo en el sector formal, debido a la desigualdad que existe en el mercado laboral, por ser mujer pobre y de bajo nivel académico, quienes han encontrado en el sector informal una manera de generar ingreso para resolver las necesidades básicas de su familia, enfrentando el subempleo.

1.9- Otras fuentes de ingreso:

En este aspecto sobresalen las mujeres que dijeron no tener otros ingresos, aunque se observó, que no existe diferencia significativa entre ellas, debido a que de las 138 mujeres objeto de estudio, 60 de ellas dijeron tener otro ingreso además de su negocio y 78 mujeres respondieron no tener otro tipo de ingreso.

Es importante señalar que un poco más de la mitad, 55.2% del sector barrio dijeron tener otra fuente ingreso, situación que cambia en relación con los sectores mercado y parque, donde más de la mitad de ellas 64.7% y 66.7% respectivamente respondieron no tener otra fuente ingreso.

Esto muestra que la mayoría de las encuestadas que dijeron tener otros ingresos se encuentran en el sector

barrio y las que dijeron no tener otros ingresos fuera de su negocio se encuentran distribuidas en los sectores mercado y parque.

Algunas de las mujeres que dijeron no tener otros ingresos, manifestaron "Mi pareja y yo somos desempleados" otras dijeron "Soy soltera mi único trabajo es mi negocio"; Las mujeres que expresaron tener otras fuentes de ingresos fuera de su negocio, manifestaron que provienen de su trabajo, del trabajo de su pareja y una minoría obtienen el ingreso del alquiler de cuarto, vivienda.

2- Sistema de control en el negocio de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

2.1- Contabilidad en el negocio.

Según los sectores se observó que las mujeres que dijeron que llevan de una u otra forma contabilidad en un 56.9% se encuentran en el sector barrio, seguido por 47.1% en el sector mercado. De las que dijeron que no llevan ningún tipo de contabilidad el 52.9% prevalece en el sector mercado y el 43.1% en el sector barrio.

Este estudio refleja que las mujeres objeto de estudio en su mayoría (73 mujeres) no llevan sistema contable en su negocio, unas porque no tienen la capacidad, nivel académico muy bajo, otras se justifican diciendo que conocen el negocio, manifestando "Los años que llevo trabajando en este negocio me permite saber cuanto le gano a cada producto que vendo en mi negocio", otras dijeron "Conozco mi negocio, yo lo atiendo, no es necesario llevar contabilidad" en cambio las vendedoras del sector parque en su totalidad dijeron que no llevan contabilidad en el negocio, expresando "No se como

hacerlo", su nivel académico es muy bajo, no tienen conocimiento al respecto.

De manera general se observó que no existe mucha diferencia entre las que llevan contabilidad y las que no llevan contabilidad, ya que de las encuestadas 65 de ellas llevan contabilidad de manera empírica y 73 no llevan ningún tipo de contabilidad en sus negocios. Esto quiere decir que las mujeres microempresarias no están llevando un escrito control de sus negocios ya que lo hacen a su manera empírica, por lo tanto no saben si realmente su actividad económica le está dejando ganancia o le está generando la utilidad real de su negocio, por tanto al momento de solicitar un crédito ellas no pueden responder a ciencias ciertas, cuanto es lo que tienen invertido o cuanto es lo que van a obtener como ganancia de su inversión. Es decir al no llevar un estricto control conforme lo indica la teoría acerca de los propósitos fundamentales de un sistema contable no podrán proporcionar información exacta de sus negocios, para fines legales.

2.2- Tipo de contabilidad que lleva en el negocio:

En relación con los sectores objeto de estudio, se observó, que prevalecen las mujeres que llevan contabilidad en su negocio a través de inventario en los sectores mercado y barrio con una mínima diferencia, al igual las que dijeron que lo hacen a través de libro de registro diario e inventario se encuentran en los sectores mercado (15%) y barrio (19%) con una mínima diferencia.

Tomando en cuenta a las mujeres que de una u otra manera llevan contabilidad en su negocio sobresalen (28 mujeres) las que lo hacen a través de inventario que realizan antes de la compra y después de la compra, con

el fin de determinar que producto comprar y a que cantidad, al igual dijeron que les permite conocer que producto se vende con mas facilidad en su negocio, otras con una mínima diferencia (21 mujeres) a las anteriores, manifestaron que el control de venta de su negocio lo realizan a través de libro de registro diario (en cuaderno) e inventario cuando necesitan realizar compra de mercadería.

El 100% de las encuestadas del sector parque, no llevan ningún tipo de contabilidad, por el tipo de negocio que realizan, en el que deben comprar producto diario, sumado a esto su bajo nivel académico.

Se observó que las microempresarias encuestadas, que llevan contabilidad y las que no llevan contabilidad, necesitan adquirir técnicas y habilidades en cuanto a la administración de un negocio, ya que las que expresaron que llevan contabilidad lo hacen de manera empírica de acuerdo a su nivel académico, sin conocimiento previo de cómo se maneja y controla un negocio por muy pequeño que sea, por tanto lo que generan lo utilizan solamente para el consumo diario de familia, sin posibilidad alguna de ahorrar para dar respuesta a otras necesidades fuera del uso diario como: salud, educación y otros.

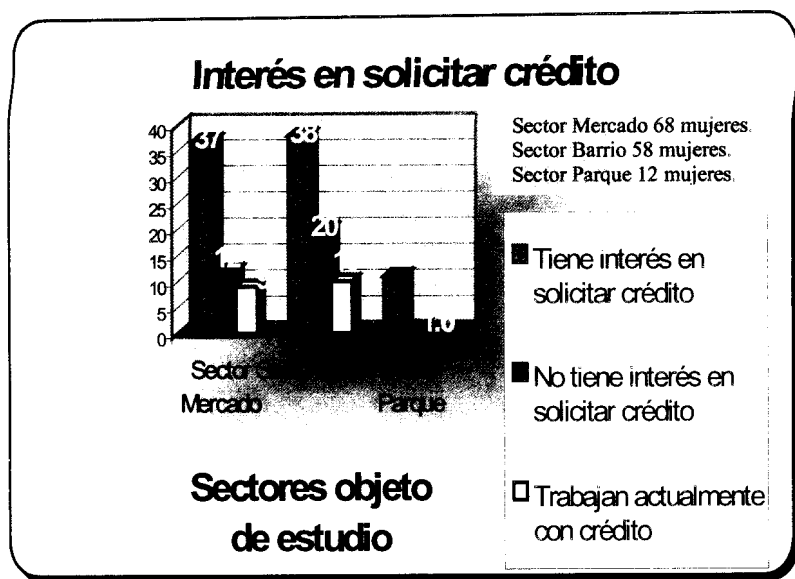
Esto implica que si las microempresarias tuvieran conocimientos previos sobre la administración de un negocio por muy pequeña que sea su actividad económica, podrían distribuir de manera adecuada su capital, por ende obtener mayor y mejor utilidades de su negocio. Sustentado a la teoría donde dice que "la clave de una buena administración en los negocios es un buen sistema contable", permitiendo llevar un estricto control de todas las transacciones realizadas en el negocio.

3- Necesidad financiera de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.

3.1- Interés en solicitar crédito:

Este estudio refleja que existe una gran demanda de crédito por parte de las mujeres microempresarias que trabajan en el sector informal, sustentado a que de 138 mujeres encuestadas, 86 de ellas mostraron interés en solicitar crédito para fortalecer su actividad económica, 33 no tienen interés en solicitar crédito y una minoría 19 mujeres trabajan actualmente con crédito con apoyo de Pana Pana y otras de parientes.

Gráfica No. 1.



Es importante señalar que casi la totalidad 91.7% (11 mujeres) de las mujeres del sector parque, mostraron gran interés por solicitar préstamo para invertir en sus

negocios, manifestando la mayoría “Me gustaría trabajar con crédito, si me permitieran pagar semanal, en cantidad pequeña al alcance de mi negocio” y otras “He intentado solicitar crédito pero como mi negocio es muy pequeño, no me dan crédito”. Se observó que la totalidad de ellas no trabajan con crédito en la actualidad, debido a que sus negocios, no son consideradas como actividad económica que puede generar suficientes ingresos para cumplir con las exigencias de un crédito, por lo que trabajan en pequeña escala.

Sin embargo son estas las microempresarias que requieren de más apoyo económico para mejorar sus ingresos por ende su calidad de vida, sustentado a que ellas viven en condiciones más precarias que los otros dos sectores objeto de estudio. Seguido de un porcentaje considerable se encuentran las mujeres del sector mercado en un 63.8% y las del sector barrio en un 55.9%, también tienen interés en solicitar crédito.

No se puede obviar la opinión que sobresale entre ellas:

“Mi negocio es pequeño, por eso no es tomada en cuenta por las instituciones que dan crédito”.

“El crédito lo invertiría en mi negocio para ampliarlo, así obtener más ganancia”.

“Si me dieran la oportunidad de optar a crédito, de acuerdo a mis posibilidades, mejoraría mi situación económica”

Una minoría de las encuestadas trabajan actualmente con crédito, financiado algunas por la Asociación Pana Pana y otras por parientes. Perteneciendo a los sectores mercado y barrio, debido a que ellas tienen negocios más estables,

sus actividades económicas y sus viviendas presentan mejores condiciones que las del sector parque, por lo tanto cuentan con la posibilidad de cumplir con las exigencias de un crédito, o sea que son microempresarias con capacidad de pago.

De acuerdo a los resultados se observó que las microempresarias que trabajan con crédito, son las que tienen negocios un poco más estable, por ende generan mas utilidades que las que no trabajan con crédito.

Las microempresarias que manifestaron no tener interés en solicitar crédito expresaron en su mayoría "Demasiado interés pagaría", "Pagaría el doble de lo que prestaría", otras dando entender lo mismo dijeron "Los intereses que cobran son demasiado elevados" y una de las encuestadas dijo "No tengo necesidad de trabajar con crédito"

Este estudio refleja que la actividad económica o el tipo de negocio que realizan las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, es uno de los tantos factores que dificulta su acceso a crédito, ya que trabajan en unidades económicas muy pequeñas, por tanto no son consideradas sujetas a crédito por las instituciones u organismos financieros.

3.2- Monto que prestaría:

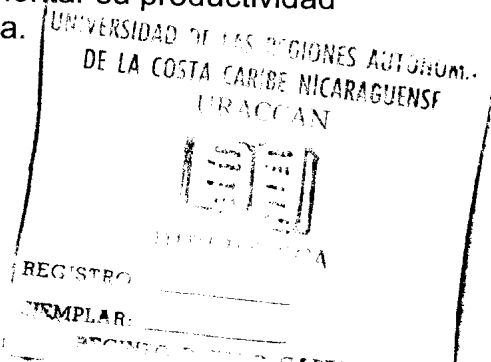
En relación con el monto que prestarían las mujeres microempresarias objeto de estudio, se observó, que en la escala menor de 5,000.00 córdobas sobresalen las mujeres del sector parque en un 50% manifestando que prestarían entre dicha escala, situación similar ocurre en la escala entre 5,000.00 a 10,000.00 córdobas, donde

nuevamente sobresale el sector parque en un 42%, seguido por el sector barrio con un 32.8%.

Dentro de la escala entre 10,000.00 a 25,000.00 córdobas, sobresalen las mujeres del sector mercado en 22.1% seguido en un 17.2% por el sector barrio; situación que cambia ya que ninguna de las mujeres microempresarias del sector parque optaron por dicha escala al igual que en la escala de mayor de 25,000.00 córdobas donde el 15.5% del sector barrio y un 12% del sector mercado dijeron que optarían por dicha escala.

Es importante señalar que el 38.2% del sector mercado y 22.4% del sector barrio no optarían por crédito, caso contrario ocurre en el sector parque donde casi la totalidad manifestaron que les gustaría solicitar crédito para invertir en su negocio.

Este estudio muestra que si las mujeres microempresarias encuestadas tuvieran acceso a crédito, optarían por montos pequeños, específicamente las del sector parque, ya que ellas trabajan con unidad económica más pequeña que los otros dos sectores objeto de estudio. Esto quiere decir que mientras más pequeño sea el negocio, es más grande la necesidad de trabajar con crédito pero en cantidades pequeñas de acuerdo a sus posibilidades; esto se relaciona con la teoría que dice que "la demanda de crédito varía incesantemente conforme va evolucionando la vida económica del individuo, según su negocio", es decir sus negocios son pequeños, por tanto prestarían montos pequeños, con el fin de aumentar su productividad para mejorar su actividad económica.



3.3- Inversión del crédito:

En cuanto a invertir el crédito, las mujeres encuestadas del sector parque sobresalen en un 83.3% manifestando que invertirían el crédito en compra de mercadería, seguido por el sector mercado con 38.2% y el sector barrio con 31%. El 17.6% de las mujeres del sector mercado expresaron que invertirían el crédito en ampliación de su negocio, al igual el 13.8% del sector barrio y un 8.3% del sector mercado. El 19% de las mujeres del sector barrio manifestaron que invertirían el crédito en compra de mercadería y una minoría de ellas consideraron que podrían invertir el crédito en ampliación de negocio, compra de mercadería y compra de nuevos equipos para mejor su negocio.

Lo antes expuesto se sustenta con la teoría que dice “con frecuencia las necesidades financieras de los individuos tiene como propósito solicitar préstamo en efectivo con el objetivo de invertir en sus actividades para fortalecer sus negocios”

El porcentaje restante de cada sector objeto de estudio expresaron que prefieren trabajar sin crédito en su negocio.

Estos datos muestran que las microempresarias necesitan apoyo con relación a recursos económicos, es decir acceso a crédito, para invertir en sus negocios, con el fin de mejorar, fortalecer la productividad y las condiciones de sus negocios por ende generar mas ingreso y mejorar su calidad de vida.

3.4- Documento de garantía:

La mayoría de las mujeres microempresarias encuestadas manifestaron que hipotecarían su casa de habitación para respaldar un crédito. Donde el 83% de las encuestadas del sector parque, seguido por el 60.3% del sector barrio y un 51.5% del sector mercado, manifestaron que cuentan con documento de hipoteca como garantía de un crédito.

Una minoría de las encuestadas expresaron tener prendas que podrían utilizar como garantía de un crédito, si tuvieran acceso, otras dijeron que cuentan con todos los documentos posibles para garantizar un crédito, Hipoteca, prenda y fiduciario.

Este estudio muestra que las mujeres de los sectores barrios y mercados, tienen mejores condiciones de vida, por el hecho de que sus negocios son más estables por tanto generan mas utilidades y sus casas de habitación presentan mejores condiciones que las del sector parque.

Sin embargo las mujeres microempresarias encuestadas consideran en su mayoría que sus casas de habitación puede garantizar un crédito entre ellas las del sector parque, que viven en casas pequeñas y en condiciones precarias.

3.5- Cuenta de ahorro:

Entre las mujeres encuestadas que manifestaron tener cuenta de ahorro sobresalen en un 44.8% del sector bario y 41% del sector mercado expresando algunas de ellas que tienen la cuenta de ahorro en el banco y otras en sus respectivas casas. Es importante señalar que las encuestadas del sector parque en un 100% dijeron que no tienen cuenta de ahorro, seguido por el 59% del sector

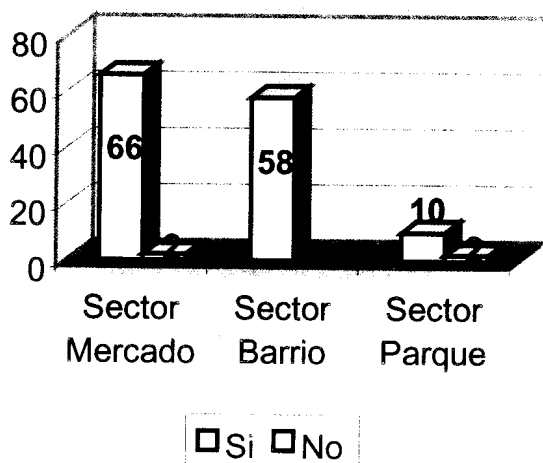
mercado y luego las del sector barrio con 55.2%. Expresando “no puedo ahorrar, es poco lo que invierto, por eso es poco lo que le gano”, otras dijeron “no hay manera para ahorrar, lo poco que genera mi trabajo, lo uso para resolver algunas necesidades de mi hogar”

De 138 mujeres encuestadas, la mayoría 84 mujeres expresaron que no tienen cuenta de ahorro y 54 de ellas refirieron tener cuenta de ahorro. Esto se debe a que lo que invierten las microempresarias en su negocio es poco por ende la ganancia es limitada, solamente para el sustento de las necesidades básicas de sus hogares, por lo tanto no pueden ahorrar.

3.6- Capacidad de administrar negocio y crédito:

En cuanto a la capacidad de administrar un crédito por ende sus negocios, las encuestadas del sector barrio en un 100% (58 mujeres) manifestaron que tienen capacidad de administrar sus negocios por ende un crédito, casi similar es el caso del sector mercado donde el 97% (66 mujeres) manifestaron tener capacidad de administrar un crédito, seguido del sector parque con un 83% (10 mujeres). El 17% de las mujeres del sector parque y el 3% del sector mercado refirieron que no tienen capacidad de administrar un crédito.

De 138 mujeres encuestadas, 134 de ellas manifestaron que tienen capacidad de administrar sus negocios por ende un crédito, esto demuestra que la mayoría de las mujeres microempresarias se consideran con capacidad de manejar un crédito y sus negocios, aunque de manera empírica, ya que la mayoría no llevan sistemas contables en el manejo y control de su negocio.

Gráfico No. 2.**Capacidad de administrar negocios y créditos****3.7- Interés de ser capacitada para administrar sus negocios y créditos:**

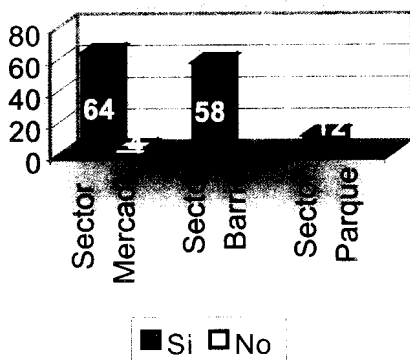
Casi la totalidad 134 mujeres microempresarias expresaron gran interés en ser capacitadas para administrar negocios y créditos, expresando "Siempre es bueno recibir capacitaciones en cuanto al manejo y control de negocios y crédito por si, algún día logran obtener crédito", "Nosotras manejamos nuestro negocio pero sabemos que no lo hacemos como realmente se administra un negocio por muy pequeño que sea" y otras manifestaron "Estamos consiente de que necesitamos ser capacitadas para llevar los controles necesarios de un negocio, ya que nosotras lo atendemos" y la minoría 4

mujeres refirieron que no desean ser capacitadas, manifestando los siguiente “Por los años que llevo trabajando en este tipo de negocio, se como manejarlo”

Se observó, que el 100% (58 mujeres) de las mujeres del sector barrio y sector parque (12 mujeres) manifestaron tener gran interés en ser capacitadas en temas relacionados a la administración de negocios y créditos. Situación similar se presenta en las mujeres microempresarias del sector mercado donde casi la totalidad 94% (64 mujeres) refirieron lo mismo que las mujeres de los dos sectores antes mencionados.

Gráfico No. 3

Interés de ser capacitadas para administrar negocios y créditos



Es importante señalar que las mujeres encuestadas que manifestaron tener capacidad de administrar sus negocios y al igual las que dijeron no tener capacidad de administrarlo, están conscientes que necesitan adquirir técnicas y habilidad en cuanto al manejo y control de un

negocio y de créditos, ya que ellas manejan sus negocios de manera empírica, por tanto no saben si la poca utilidad que genera el negocio, es la que realmente debe generar las actividades económicas a la que ellas se dedican, por falta de conocimiento previo a la actividad.

Sobre todo porque no es igual administrar un negocio en la que se trabaja con capital propio y en pequeña escala, que trabajar con crédito en la que se asume un sinnúmero de responsabilidades y obligaciones que se deben cumplir en tiempo y forma. Por tanto es necesario tener conocimientos previos a la actividad con el fin saber distribuir de manera adecuada y necesaria el crédito.

El acceso a crédito y a capacitaciones en temas relacionado a la administración de negocios y créditos, permitirá que las microempresarias mejoren su actividad económica distribuyendo de manera adecuada y necesaria sus ingresos, desarrollen un capital para satisfacer sus necesidades y asegurar el bienestar personal y en de su familia.

VII- CONCLUSIONES.

- ◆ Las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, son mujeres procedentes de familias pobres, jefas de familia, desempleadas, forzadas a crear su propio empleo como medio de sobrevivencia, incorporada así a una economía informal, con ingresos limitados y con un alto grado de competencia.
- ◆ Las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi que trabajan en el sector informal se encuentran en desventajas por falta de acceso a recursos económicos, propiedades, capacitaciones y acceso a crédito.
- ◆ El bajo nivel académico de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, es uno de los factores que impide que ellas se desarrollen en el sector formal, por cuanto la educación es una variable de incidencia incuestionable en la gestión del desarrollo, lo cual incide directamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las microempresarias del sector informal.
- ◆ Para muchas mujeres, la casa de habitación es el lugar donde tienen la oportunidad de combinar las responsabilidades domésticas y las dirigidas a generar ingresos con el fin de dar respuesta a sus necesidades económicas creciente y la falta de empleo existente en la ciudad, dándole respuesta a las necesidades prioritarias de su familia; muchas de ellas no poseen otras fuentes de ingreso.
- ◆ El tipo de actividad económica a la que se dedican las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi y la falta de propiedades en buenas condiciones, son

factores que impide el acceso de las microempresarias a programas de crédito.

- ♦ La mayoría de las mujeres microempresarias no llevan contabilidad en sus negocios, por el hecho de ser dueñas y expendedoras consideran que no es necesario llevar estricto control de las ventas y ganancias de su negocio, expresando que ellas administran su negocio de manera empírica. La minoría que llevan contabilidad, lo realizan a través de inventarios y otras llevan libro de registro diario acompañado de inventarios.
- ♦ La extremada demanda de crédito por parte de las mujeres microempresarias del sector informal de la ciudad de Bilwi, revela que ellas están excluidas de las oportunidades de crédito que ofertan las instituciones financieras tradicionales; debido a que las políticas de crédito son muy exigentes desfavoreciendo a las mujeres pobres que trabajan en unidades económicas muy pequeñas, no contando con la posibilidad de ahorrar.
- ♦ A pesar de la importante contribución que haría el acceso a crédito de las mujeres a la economía de la región son pocas las microempresarias que en la actualidad trabajan con crédito, financiado por la Asociación Pana Pana y otras con el apoyo de sus parientes, las cuales son mujeres microempresarias con capacidad de pago. Por lo tanto las encuestas llevadas a cabo en la ciudad de Bilwi revelan, que en esta ciudad no hay opciones de crédito a disposición de la mujer microempresaria más pobres.
- ♦ Casi la totalidad de las mujeres microempresarias se consideran con capacidad de administrar sus negocios

por ende un crédito de manera empírica, sin embargo sienten la necesidad de ser capacitadas en temas relacionados con el manejo y control de crédito y negocio, con el fin de adquirir técnicas y habilidades al respecto.

- ♦ El Acceso a crédito y a capacitaciones en temas relacionados a la administración de negocios y créditos, permitirá que las mujeres mejoren sus ingresos, su nivel de conocimiento, la educación de sus hijos; mejorando su condición de vida y la de su familia. Lo que sería de mutuo beneficio entre los / las clientes y los proveedores de microcredito por cuanto unos logran invertir y mejorar sus ingresos familiares y otros recuperar lo prestado, creado una cultura de crédito y avanzando hacia la sostenibilidad.

Ventajas de las mujeres en el sector informal.

- 1- Brinda una oportunidad de empleo, que no tienen en el sector formal, aunque sea con ingresos limitado.
- 2- Oportunidad de atender las responsabilidades domésticas y las dirigidas a generar ingresos.
- 3- Tienen la posibilidad de trabajar en unidades económicas pequeñas.
- 4- Crear fuente de ingreso seguro, con recursos limitados para dar respuesta a las necesidades básica de su familia.
- 5- Establecen su propio horario de trabajo.
- 6- No pagan impuestos formales.

Desventajas de las mujeres en el sector informal:

- 1- Situación Jurídica ambigua.
- 2- Bajo nivel de productividad e ingreso.

- 3- Falta de acceso a crédito.
- 4- Falta de acceso a tecnología, capacitación y administración.
- 5- Alto grado de competencia.
- 6- Baja disponibilidad de capital.
- 7- Actividad económica pequeña.
- 8- Desempleadas.
- 9- No tienen posibilidad de acumular activos.
- 10-Inaccesibilidad a bienes productivos, servicios y mercado.
- 11-Son objeto de discriminación y supresión constante.
- 12-Los ingresos por lo general no corresponden con su nivel de gastos, por lo tanto no pueden dar respuesta a las necesidades de urgencia. Ejemplo: enfermedades, educación...

Factores que impiden que las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi se integren a los servicios financieros:

1. La actividad económica de las microempresarias son en escala muy pequeña.
2. Los requisitos de garantía son muy rígidos.
3. Tasas de Intereses muy elevados.
4. Los montos que ofertan las entidades financieras, no están al alcance de las microempresarias.
5. Planes de pago inapropiados para los tipos de negocios que realizan las mujeres microempresarias.
6. Bajo nivel académico, falta de conocimiento de las microempresarias.
7. Las políticas crediticias no les favorecen.
8. Falta de una cultura de crédito.
9. Temor de enfrentar los riesgos que implica trabajar con crédito.

VIII- RECOMENDACIONES.

1- *Gobierno Regional.*

- 1.1- Fomentar el trabajo por cuenta propia de las mujeres, asegurando el acceso a crédito y otros recursos productivos acompañados de capacitaciones.
- 1.2- Promover la independencia y los derechos de la mujer, incluidos el acceso a empleo y a condiciones de trabajo apropiados, con el fin de asegurar el pleno desarrollo y adelanto de las mujeres.
- 1.3- Promover la vinculación entre las instituciones financieras y los organismos no gubernamentales con el fin de establecer políticas de crédito que faciliten el acceso a crédito y capacitaciones a las mujeres microempresarias de escaso recursos económicos y bajo nivel académico.
- 1.4- Desarrollar instituciones intermediarias como banco comunal, agencia destinados específicamente a conseguir el ingreso de la mujer en el sistema oficial de crédito, incorporado a esto un programa de capacitación respecto al manejo, control y seguimiento de crédito y negocio.

2- *Instituciones financieras/Organismos no gubernamentales que trabajan con créditos alternos.*

- 2.1- Promover y mantener políticas microeconómicas y estrategias de crédito tomando en cuenta sus necesidades y particularidades para el desarrollo de las mujeres microempresarias tales como:
 - a) Grupo meta "mujeres microempresarias".

- b) Préstamo de pequeñas cuantías según la capacidad de endeudamiento de las prestatarias.
 - c) Acceso a préstamo a lo inmediato.
 - d) Capacitaciones alterno al crédito antes y durante el préstamo (Seguimiento y evaluación).
 - e) Prestamos a largo plazo, con abonos semanal, quincenal o mensual en pequeñas cantidades de acuerdo al ingreso que obtiene la mujer en su negocio.
 - f) Taza de interés bajo, aplicado al saldo mensual, de acuerdo a sus ingresos.
 - g) Sistema de garantía flexible.
 - h) Posibilidad de ahorrar en pequeñas cantidades.
- 2.2- Gestionar y promover proyectos destinados a dar respuesta a la creciente demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi.
- 2.3- Establecer ventanillas de créditos especiales para las mujeres que no tienen fuentes tradicionales de garantía.
- 2.4- Crear y ejecutar programas de capacitación a las beneficiarias del sistema de crédito en temas relacionados al manejo y control de crédito.

3- *Alcaldía Municipal.*

- 3.1- Elaborar y aplicar políticas de enseñanza, capacitaciones, desarrollo de habilidades en las mujeres microempresarias en función de mejorar la calidad y el manejo de sus negocios.
- 3.2- Establecer coordinaciones con las universidades locales que ofertan carreras administrativas y afines de manera que los estudiantes del último semestre capaciten a las microempresarias de la ciudad de Bilwi en temas como administración de negocio y créditos, manejo contable, mercadeo, liderazgo, autoestima y formas de organización.

IX- BIBLIOGRAFÍA.

1. Ander – Egg, Ezequiel - Etaet. **Guía para preparar monografía**. Primera edición. LUMEN – HVMANITAS. Argentina, 1997.
2. Alaniz Castillo, Luis. Etaet. **El Observador Económico** - Revista / Febrero 1998. Editorial FIDEG – Managua, Nicaragua.
3. Berger, Marguerite. Etaet. **La mujer en el sector informal**. Primera edición, Editorial nueva Sociedad – ILDIS - QUINTO, 1988.
4. Bittel, Lester – Etaet. **Enciclopedia del management**. Primera edición. OCEANO CENTRUM. España, 1998.
5. Comité de Beijing Guatemala. **Mujeres plataforma de acción mundial**. El nuevo Mileño es nuestro. República de china, 1995.
6. Chamorro, Daniela – Etaet. **El observador económico** – Revista / Diciembre 1998, Editorial FIDEG - Managua, Nicaragua.
7. **“El microfinanciamiento - Una alternativa para el autodesarrollo”**. Encuentro URACCAN – Siuna, RAAN, Diciembre/2001.
8. García Corral, Susana. **Manual Práctica de investigación social con enfoque de genero**. Red de Mujeres por la unidad y el desarrollo. El Salvador, Centroamérica, 1999.
9. Gomáriz Enrique. **La planificación con perceptiva de genero**. PROCAFUP, Santiago Chile, 1993.
10. INIFOR – FNUAP. **Informe estadístico socio democrático del Municipio de Puerto Cabezas**, Artes gráfica, 2000.
11. Kalapurakal, Rosemary - Etaet. Informe Bienal UNIFEM. **El progreso de las mujeres en el mundo 2000**. Primera edición, 1999.

12. Lara Flores, Elías. **Primer Curso de Contabilidad**. Editorial Trillas - México, 1994.
13. Lleno, Marina - Etaet. **Contabilidad práctica**. Veintiuna edición. Estados Unido, 1990.
14. Obregón Sánchez, Manuel. **Estrategia reforzada de crecimiento económico y reducción de pobreza**. SETEC, Managua, Nicaragua, Julio/2001.
15. Otero, María. **Programa de los grupos solidarios – sector informal**. PACT, Nueva York, 1986.
16. Piura López, Julio. **Introducción a la metodología científica**. Tercera edición. Centro de investigaciones y estudio de la salud. Nicaragua, 1995.
17. Sequeira Calero, Valinda - Etaet. **Manual Investigar es fácil**. El amanecer, S. A. UNAN – Managua, 1994.
18. Valdes Echenique, Teresa. Etaet. **Mujeres Latinoamericanas en Cifras**. Instituto de la mujer – FLACSO – Chile, 1997.
19. Wilcox, Kirkland A. – Etaet. **Introducción a la contabilidad financiera**. Segunda edición, editorial continental, S. A. – México, 1992.
20. Wilson, Luis. **Informe Final 2001, Asociación PANA PANA**.

X- ANEXOS.

Anexo #1.

GLOSARIO:

♦ MICROEMPRESAS:

Trabajadores familiares sin remuneración, trabajadores independientes, patronos no profesionales y no técnicos, salarios vinculados a actividades económicas de pequeña escala. Se entiende por microempresas a las pequeñas unidades económicas con menos de diez trabajadores.

♦ SECTOR INFORMAL:

Se entiende por sector informal al trabajo en unidades económicas pequeños con mano de obra familiar con recursos locales, escasa dotación de capital, tecnología con uso intensivo de mano de obra familiar, barreras limitadas para generar ingresos, alto grado de competencia, fuerza de trabajo no calificada y adquisición de conocimientos fuera del sistema educativo. Fuerza laboral no sindicalizadas con jerarquía laboral y funcional flexibles y sencillas.

Cuando se habla de sector informal se hace referencia a una diversidad de personas trabajando en una sola unidad productiva en pequeña escala, comerciantes, artesanos y vendedoras de servicios.

Tienen poco acceso al capital de trabajo, a menudo se ven obligados a interrumpir la producción o el trabajo cuando se quedan sin materia prima necesaria para continuar laborando.

♦ SECTOR FORMAL:

Es aquel en el cual todas las personas quisieran trabajar si fuera posible. Este comprende a la administración pública y las grandes empresas (como seguros,

sociedades de comercio, etc.) la popularidad y lo atractivo de este sector se explica en la estabilidad de los empleos que ofrecen.

♦ **NEGOCIOS:**

Cualquier ocupación, empleo o trabajo dependencia pretensión, tratado o agencia. Todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa o de interés.

♦ **SERVICIO:**

Se refiere al que tiene carácter obligatorio, utilidad o provecho. Organización y personal destinados a cuidar intereses a satisfacer necesidades al público o de alguna entidad oficial o privada, prestación humana que satisface alguna necesidad que no consiste en la producción de bienes materiales.

♦ **PULPERIA:**

Puesto donde se venden diferentes productos para el abasto de la población, comestibles como granos básicos, chiverías y otros productos complementario.

♦ **TIENDA:**

Lugar o puestos donde se venden al público artículos de comercio al por menor, como ropa, zapatos, electrodomésticos y otros utensilios del hogar.

♦ **BANCO COMUNAL:**

Grupo de personas que se organizan para crear una entidad financiera para pobres, con el objetivo de captar recursos, otorgar préstamo e incentivar el ahorro entre grupos metas, con la fin de aumentar sus beneficios a través de la creación o ampliación de negocios. Administrado por personas de la misma organización, con políticas distintas a las entidades financieras formales, dirigidas a pobres.

Anexo #2.**Cuadro #1.**

Estado civil de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Soltera	28	41.2	19	32.8	6	50	53
Casada	24	35.3	22	37.9	5	41.7	51
Acompañada.	16	23.5	17	29.3	1	8.3	34
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro #2.

Nivel académico de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descripción	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Analfabeta	6	8.8	4	6.9			10
Primaria incompleta	20	29.4	12	20.7	9	75	41
Secundaria incompleta	15	22.1	13	22.4	3	25	31
Bachiller	15	22.1	7	12.1			22
Estudio Téc.	4	5.9	15	25.9			19
Universitaria	8	11.8	6	10.3			14
Otros/Prof.			1	1.7			1
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 3.

Tipo de negocio que tienen de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Comercio	34	50	5	8.6			39
Servicio	3	4.4	3	5.2			6
Pulpería	11	16.2	39	67.2			50
Comedor	6	8.8	2	3.5			8
Otros	14	20.6	9	15.5	12	100	35
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 4.

Propiedad del negocio de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Propio	28	41.2	49	84.5			77
Alquilado	40	58.8	9	15.5	12	100	61
Prestado							
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002

Cuadro # 5.

Sociedad en el negocio de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	2	3					2
No	66	97	58	100	12	100	136
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 6.

Años que llevan trabajando en el negocio las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
1 _ 5 años	18	26.5	8	13.8	5	41.7	31
6 _ 10 años	23	33.8	30	51.7	2	16.7	55
Mayor de 10 años	27	39.7	20	34.5	5	41.7	52
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 7.

Adquisición de mercadería de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descripción	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest.
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Compra directa	45	66	34	58.6	11	91.7	90
Al crédito	3	4.4	5	8.6	1	8.3	9
Compra directa y al crédito	20	29.4	19	32.8			39
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 8.

Administración del negocio de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	59	86.8	50	86.2	10	83.3	119
No	9	13.2	8	13.8	2	16.7	19
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 9.

Otros ingresos de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	
Si	24	35.3	32	55.2	4	33.3	60
No	44	64.7	26	44.8	8	66.7	78
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 10.

Contabilidad en el negocio de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	
Si	32	47.1	33	56.9			65
No.	36	52.9	25	43.1	12	100	73
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro #11.

Tipo de contabilidad que llevan las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Libro de registro diario	4	6	6	10.3			10
Estado de Resultado	1	1					1
Balanza de comprobación							
Inventario	15	22	13	22.4			28
Informe							
Libro de registro diario e Inventario	10	15	11	19			21
Libro de registro diario, Inventario e informe	2	3	2	3.4			4
Otros			1	1.7			1
Ninguno	36	53	25	43.1	12	100	73
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro #12.

Interés en solicitar crédito de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	37	63.8	38	55.9	11	91.7	98
No	12	20.7	20	29.4	1	8.3	40
Trabajan Actualmente con crédito	9	15.5	10	14.7			
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 13.

Monto que prestaría las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Córdobas							
Menor de 5000	15	22.1	7	12.1	6	50	28
5000 - 10,000	4	5.9	19	32.8	5	42.7	28
10,000 - 25,000	15	22.1	10	17.2			25
Mayor de 25,000	8	11.8	9	15.5			17
No optaron por crédito	26	38.2	13	22.4	1	8.3	40
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 14.

En que invertiría el crédito las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Compra de mercadería	26	38.2	18	31	10	83.3	54
Compra de nuevos equipos	2	2.9					2
Ampliación de negocio	12	17.6	8	13.8	1	8.3	21
Compra de mercadería y ampliación de Negocio	2	2.9	11	19			13
Todos			8	13.8			8
Otros							
No optaron por crédito	26	38.2	13	22.4	1	8.3	40
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 15.

Documentos de garantía que pueden presentar las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Hipoteca	35	51.5	37	63.8	10	83.3	82
Prendas	1	1.5	1	1.7			2
Fiduciaria							
Hipoteca y prenda			2	3.4			2
Todos	5	7.4	1	1.7			6
Otros	1	1.5			1	8.3	2
Ninguno			4	6.9			4
No optaron por crédito	26	38.2	13	22.4	1	8.3	40
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 16.

Tienen cuenta de ahorro las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest.
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	28	41	26	44.8			54
No	40	59	32	55.2	12	100	84
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 17.

Capacidad de administrar sus negocios y créditos de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	66	97	58	100	10	83	134
No	2	3			2	17	4
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Cuadro # 18.

Interés a ser capacitadas para administrar sus negocios y créditos de las mujeres microempresarias, encuestadas con relación a la demanda de crédito, Bilwi, Mayo – 2002.

Descrip.	Sector Mercado		Sector Barrio		Sector Parque		T/Encuest
	No.	%	No.	%	No.	%	No.
Si	64	94	58	100	12	100	134
No	4	6					4
Total	68	100	58	100	12	100	138

Fuente: Encuesta 2002.

Anexo #3.

1- Operacionalización de Variables

Objetivo #1- Conocer la Situación socioeconómica de la mujer microempresaria de la Ciudad de Bilwi.

VARIABLE	SUB - VARIAB	DEFINICIÓN	INDICADOR	VALOR
-Situación Socioeconómica.	-Estado civil.	Condición de cada persona en relación con los derechos y obligaciones civiles.	Lo que refiera la encuestada Según el aspecto.	Casada, Soltera, Acompañada.
	- Nivel académico	Nivel de escolaridad alcanzado de la encuestada.		Analfabeta, Primaria incompleta, Primaria Completa, Secundaria incompleta, Bachiller, Técnico, Universidad, profesional, Otros.
	- Tipo de Negocio.	Cualquier puesto de trabajo u ocupación, que le permita generar ingreso para subsistir.		Comercio, Comedor, Servicio, Pulpería, otros.
	-Propiedad del negocio.	Derecho de propiedad de una cosa, inmueble o raíz.		Propio, Alquilado, Prestado.
	- Sociedad en el negocio.	Agrupación de individuos, con responsabilidad de un negocio en común.		Si, No.

VARIABLE	SUB - VARIAB	DEFINICIÓN	INDICADOR	VALOR
	- Años que lleva trabajando en el negocio.	-Periodo que tiene de existir el negocio.	- Lo que refiera la encuestada Según el aspecto.	1-5, 6-10, Mayor de 10.
	-Adquisición de mercancía. Administración del negocio.	-Forma de adquirir la mercancía. La persona que esta al frente del negocio.		Compra directa, al Crédito, otros.
	-Otras fuentes de Ingreso.	-Fuente de ingreso que no proviene del negocio.		Si, No.

Objetivo # 2- Describir los sistemas de control que llevan las mujeres microempresarias en sus negocios en la Ciudad de Bilwi.

VARIABLE	SUB - VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADOR	VALOR
-Sistemas de control.	Contabili- dad en el negocio.	Aplicación de sistemas de control en el negocio	Lo que refiera la encuestada según los controles que manejan en su negocio.	Sí, No.
	-Tipo de Contabilidad.	Métodos de control que lleva en el negocio.		Libro de Registro Diario. Estado de resultado. Balanza de comprobación. Inventario, Informes, Otros, Ninguno.

Objetivo #3- Analizar las necesidades financieras de las mujeres microempresarias para el fortalecimiento de sus negocios en la Ciudad de Bilwi.

VARIABLE	SUB - VARIAB	DEFINICIÓN	INDICADOR	VALOR
-Necesidades financieras	Crédito	Necesidad de préstamo para fortalecer su negocio por ende mejorar su calidad de vida.	Lo que refiera la encuesta- da, según su necesidad.	Si, No.
	Monto	Cantidad que prestaría la entrevistada.		Menor de C\$ 5000 C\$ 5,000 – 10,000 C\$ 10,000 – 25,000 Mayor de C\$ 25,000
	Inversión	Utilización del crédito para el fortalecimiento de su negocio.		Compra de mercadería , Invertir en nuevos equipos, Ampliación de Negocio, Otros.
	Documentos de Garantía.	Requisitos que respalda el crédito.		Hipotecas, Prendas, Fiduciarias, Todos, Otros, Ninguno.

VARIABLE	SUB - VARIAB	DEFINICIÓN	INDICADOR	VALOR
	Crédito	Adquisición de crédito de una entidad o persona.	Lo que refiera la encuesta- da, según su necesidad	Si, No.
	Ahorro.	Posesión de cuenta de ahorro.		Si, No.
	Capaci- dad administr ativa.	Habilidad / aptitud para manejar su negocio o un crédito.		Si, No.
	Necesida d de Capacitac ión.	Adquisición de habilidades, conocimiento, relacionado a la administración de negocio o crédito.		Si, No.

Anexo #4.

Guía de encuesta N°. 1.

Estimados encuestadas,

Dos estudiantes egresadas de la facultad de administración de empresas de la universidad URACCAN, del recinto Kamla, interesadas en tener conocimiento de la demanda de crédito de las mujeres microempresarias de la ciudad de Bilwi, durante el periodo de enero a junio del año 2002, solicitamos su cooperación para que nos brinde información reales a las preguntas que se presentan a continuación, el contenido será confidencial.

Donde se realiza la encuesta: Mercado ____ Barrio ____
Parque ____

I- Situación Socioeconómica.

1- ¿Cuál es su estado civil?

Soltera: ____ Casada: ____ Acompañada: ____

2- ¿Cuál es su nivel académico?

Analfabeta ____ Primaria incompleta: ____ Primaria completa: ____

Secundaria incompleta: ____ Bachiller: ____ Estudio

Técnico: ____ Universidad: ____ Profesional: ____ Otro: ____

3- ¿Qué tipo de negocio tiene Ud.?

- Comercio: ____ -Servicio: ____ Pulpería: ____

- Comedor: ____ - Otros: ____

¿Porqué?

4- El lugar donde está su negocio es:

- Propio: ____ - Alquilado: ____ Prestado: ____

5- Tiene alguna sociedad en su negocio?

Si: ____ No: ____ ¿Porqué?

6- ¿ Cuántos años lleva trabajando en su negocio?

1-5. ____ 6-10 ____ Mayor de 10. ____

7- ¿Cómo adquiere su mercadería?

Compra directa. ____ Al crédito. ____ Otro. ____

8- ¿Administra usted su negocio?

Si. _____ No. _____

a- ¿Si su respuesta es positiva, cómo lo administra?

b- ¿Si su respuesta es negativa, quién lo administra y cómo?

9- ¿Aparte de su negocio tiene otros ingresos?

Si. _____ No. _____

a- Si tiene ¿Qué tipo y de dónde provienen?.

II- Sistema de Control.

1- ¿Lleva usted contabilidad u otras formas de control en su negocio?

Si. _____ No. _____

2- ¿Cuál de los siguientes controles de contabilidad lleva en su negocio?.

- Libro de Registro de ingreso y egreso. (Diario, Banco, auxiliar). _____
- Estado de resultado. _____
- Balanza de comprobación. _____
- Inventario. _____
- Informes. _____ - Otros. _____ - Ninguno. _____

a- Si no, lleva ¿por qué?

III- Necesidad Financiera.

1- ¿Tiene usted interés en solicitar crédito para su negocio?

Si. _____ No. _____

a)- Actualmente tiene Ud. préstamo de otro grupo o persona?

Si. _____ No. _____

2- Si tiene interés en solicitar crédito ¿Qué monto prestaría?

Menor de C\$ 5,000. _____ C\$5,000-10,000. _____
C\$ 10,000 – 25,000. _____ Mayor de
C\$ 25,000. _____

a- Si tiene ¿de dónde lo recibió? _____

Familia. _____ Amigos. _____
Banco. _____ Trabajo. _____ Otro: _____

3- ¿En qué va invertir el préstamo?

A- Compra de mercadería. _____
B- Invertir en nuevo equipo. _____
C- Ampliación de negocio. _____
D- Todos. _____
E- Compra de mercadería y
Ampliación de negocio. _____
F- Otros. _____

4- ¿Cuál de los siguientes documentos de garantía puede usted presentar para respaldar el crédito?

A- Hipoteca. _____
B- Prendas. _____
C- Fiduciaria. _____
D- Todos _____
E- Otros. _____
F- Ninguno. _____

5- ¿Tiene Ud. cuenta de ahorro?.

Si. _____ No. _____ Dónde. _____

6- ¿Tiene usted capacidad de administrar un préstamo o su negocio?

Si. _____ No. _____

a- Si usted, solicita un préstamo ¿Le gustaría ser capacitada para administrar el préstamo / su negocio?.

Si. _____ No. _____

Anexo #5.**Aplicación del Método Probabilística Estratificada.**

$$1- n' = \frac{S^2}{V^2}$$

$$3- n = \frac{n'}{1 + n' / N}$$

N = Tamaño de la Población = 448 microempresarias.

Se = Error estándar = 5%, determinado por nosotras.

V^2 = Varianza de la población. Error estándar al cuadrado. $(0.005)^2 = 0.000025$.

S^2 = Varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia.

n' = Tamaño de la muestra sin ajustar.

n = Tamaño de la muestra.

Sustituyendo tenemos:

$$n' = \frac{S^2}{V^2}$$

$$S^2 = 0.005(1-0.005) = 0.004975.$$

$$n' = \frac{0.004975}{0.000025} = 199.$$

$$n = \frac{199}{1 + 199/448}$$

$$n = 137.79289$$

$n = 138$ mujeres microempresarias a encuestar.

MUESTRA PARA CADA ESTRATO O SECTOR.

$$fh = \frac{n}{N}$$

$$fh = 138/448 = 0.31\%$$

Estrato	Sectores	Total de población	Muestra
1	Mercado	221	68
2	Barrio	187	58
3	Parque	40	12
Total		448	138

Fuente: Alcaldía Municipal, Bilwi - Lista de control de contribuyentes.