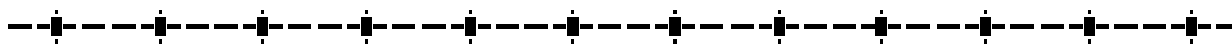


UNIVERSIDAD AMERICANA UAM FACULTAD DE AMINISTRACION Y MERCADEO



“Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de Nicaragua”

Desireé Arguello Pallais

Profesor: Lic. Carlos Vegacruz

Managua, Nicaragua 12 de mayo de 2004

AGRADECIMIENTOS

- A Dios por ser fuente de sabiduría y luz en nuestro caminar. Por habernos dotado del don de la inteligencia y del fruto de la paciencia para concluir este trabajo.
- A nuestros padres por su apoyo valioso e incondicional en cada instante de nuestras vidas.
- A nuestra tutora Lic. Josefina Medrano Msc. por su labor invaluable, dedicación y esmero para hacer realidad este proyecto.
- A nuestro asesor Dr. Juan Almendarez Msc. por su buena disposición de colaborar con esta obra.
- Al Lic. Juber Lazo por habernos facilitado los medios para concluir este trabajo.
- Al SILAIS Río San Juan por habernos autorizado realizar este estudio, y al Dr. Azarías Escoto por su apoyo logístico.
- A todas las embarazadas y proveedores de salud que participaron de este estudio, al igual que a nuestros encuestadores; y en especial a la Sra. Mirna Bejarano.

DEDICATORIA

*“A todas las mujeres embarazadas que llevan en su
vientre los hombres y mujeres del mañana”*

RESUMEN

Se realizó un estudio de corte transversal con el objetivo de identificar los principales elementos de la calidad de prestación de los servicios del Control Prenatal en el Centro de Salud “Adolfo Largaespada” del municipio de San Carlos, Río San Juan; utilizando el modelo integrador propuesto por Avedis Donavedian.

Para el proceso de recolección de la información se efectuaron entrevistas a usuarias de atención prenatal y a los proveedores vinculados a la misma; se realizó además observación no participante de la estructura y funcionamiento del Centro de Salud y se analizó el llenado del carnet perinatal (HCPB). Los principales resultados obtenidos fueron los siguientes:

La estructura muestra insuficiencias en relación a la organización de la unidad de salud. El proceso de la atención es adecuado, pero incompleto por deficiencias en el examen físico y educación sanitaria. En general la percepción de calidad de la atención recibida es buena y la mayoría de usuarias refiere amabilidad en el trato y privacidad en la consulta.

Existen deficiencias por parte de los proveedores de salud en el manejo de las normas del CPN y en el correcto llenado de las HCPB. Además se carecen de las Normas de Atención Prenatal.

A pesar de la valoración positiva encontrada, las usuarias sugieren que se les brinde mejor atención, educación sanitaria y medios de distracción en sala de espera.

Se sugiere generar un proceso de capacitación integral al proveedor del CPN sobre las normas del MINSA, elevar el nivel de educación sanitaria impartida a las usuarias, gestionar la adquisición de normas de CPN y mejorar las condiciones físicas de los ambientes.

PRESENTACIÓN

La búsqueda de calidad en un modelo de atención sanitaria tiene como objetivo no solo alcanzar la satisfacción de la usuaria, sino lograr su entusiasmo, su confianza y fidelidad futura. En los servicios de salud una de las metas es alcanzar la satisfacción del usuario mediante la prestación de servicios convenientes, aceptables y agradables.

El modelo integrador de calidad de la atención sanitaria propuesto por Avedis Donabedian sirvió de guía para evaluar la calidad de prestación de los servicios ofertada por el control prenatal en cuanto a la dimensión técnica y la dimensión interpersonal del proceso de la atención con el fin de garantizar a cada embarazada una buena y segura maternidad.

Esta investigación nace de una gran preocupación por parte de los investigadores para incidir en mejoras de la salud materna y fetal, a través de un enfoque preventivo basado en la filosofía de la salud pública, a como lo es un control prenatal de calidad, el cual dentro de las políticas del Ministerio de Salud y en el contexto económico de Nicaragua constituye una medida de bajo costo y de gran impacto en la disminución de las muertes maternas y perinatales.

La finalidad de la presente obra es indagar sobre los principales elementos de calidad de prestación de los servicios del control prenatal y de esta manera contribuir a la realización de mejoras en la atención sanitaria, al fortalecimiento institucional, el desarrollo de nuevas modalidades de atención y la gerencia de la calidad en los servicios, a fin de aumentar las coberturas del control prenatal y brindar una atención prenatal dentro de un clima de calidad y calidez humana.

Esperamos que este documento cumpla con el propósito para el que se elaboró, como es el de apoyar y fortalecer la gestión de las autoridades del SILAIS Río San Juan; y de los proveedores de atención prenatal, los que a pesar de múltiples limitaciones realizan una labor invaluable digna de nuestro reconocimiento.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser fuente de sabiduría y luz en nuestro caminar. Por habernos dotado del don de la inteligencia y del fruto de la paciencia para concluir este trabajo.

A nuestros padres por su apoyo valioso e incondicional en cada instante de nuestras vidas.

A nuestra tutora Lic. Josefina Medrano Msc. por su labor invaluable, dedicación y esmero para hacer realidad este proyecto.

A nuestro asesor Dr. Juan Almendarez Msc. por su buena disposición de colaborar con esta obra.

Al Lic. Juber Lazo por habernos facilitado los medios para concluir este trabajo.

Al SILAIS Río San Juan por habernos autorizado realizar este estudio, y al Dr. Azarías Escoto por su apoyo logístico.

A todas las embarazadas y proveedores de salud que participaron de este estudio, al igual que a nuestros encuestadores; y en especial a la Sra. Mirna Bejarano.

INDICE

Introducción	1
Antecedentes	3
Justificación	5
Planteamiento del Problema	6
Objetivos	7
Marco Teórico	8
Diseño Metodológico	17
Resultados	23
Discusión	40
Conclusiones	46
Recomendaciones	47
Bibliografías	49
Anexos	52

“PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING DEL FUNCIONAMIENTO DE LA BOLSA DE VALORES DE NICARAGUA”

I. INTRODUCCIÓN

La Bolsa de Valores de Nicaragua, tiene por objetivo principal elaborar las normativas de operaciones bursátiles que se transan en este mercado, prestar el marco donde se llevaran a cabo las transacciones a realizar en las cuales las partes contratantes acuerdan y se comprometen de forma paralela a la compraventa de títulos valores y a su entrega a un plazo determinado y a un precio convenido. El funcionamiento de la Bolsa a 10 años de ejecución, es poco conocido por los “clientes potenciales”, ya que está no ha buscado crecer, mercadearse y conocerse aun más en el ámbito nacional.

La Bolsa de Valores de Nicaragua, es un mercado alternativo de negociaciones bursátiles, que ofrece a los inversionistas y emisores de valores, residentes y no residentes del país una plataforma para realizar sus operaciones en el marco de una economía libre y abierta al exterior. Su creación, ofrece al país mayores oportunidades de inversiones o captación de circulante para crear divisas, así como también la capacidad de negociación de bonos, acciones y los diversos títulos valores con empresas sólidas de otros países¹. Un mercado de Valores es parte integral del sector financiero de un país, que es conformado por entidades financieras, las que están ligadas a dos aspectos esenciales que son, **el proceso de ahorro y el proceso de inversión**, el mercado de valores provee los mecanismos para transformar el ahorro en inversión.

¹ La negociación internacional con otras bolsa es uno de los proyectos que tiene la bolsa para mercadearse y crecer.

Es pues importante la existencia un mercado alternativo de financiamiento, que promueva el movimiento de títulos valores **como es la Bolsa** y es importante también que este mercado sea conocido y promovido para lograr una mayor utilización de este. A partir de este planteamiento nace la inquietud a realizar esta investigación y plantear un “Plan estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores”

Este trabajo consiste en crear la idea, de cómo sería posible promover este mercado bursátil, partiendo de un análisis de cómo se estructura el actual mercadeo de la bolsa, información que es obtenida por medio de entrevistas con personas inmersas en el mercado bursátil y de una investigaciones constantes acerca del sistema bursátil; lo que ayudará a definir las bases estratégicas a plantearse en este estudio.

PROBLEMÁTICA DEL ESTUDIO

La Bolsa de Valores de Nicaragua, no se ha planteado al momento ningún plan estratégico de mercadeo formal que venda al mercado bursátil como un mercado integrado y tampoco ha buscado crear la cultura de utilización de la Bolsa, debido a que cuando se inició el mercado bursátil se contaba con un plan que únicamente les permitiría establecerse.

La evolución de la sociedad requiere que cada día se integren más personas y empresas a los procesos financieros, suministrando mayor dinámica y modernización al sistema económico. En la medida en que un mayor número de inversionistas se integren a estos procesos, mayores serán las posibilidades de financiamiento para las empresas y asociaciones y mayor será la distribución de los beneficios a través de la sociedad. El mercado de Valores, necesita contribuir a la promoción de la modernización del sistema económico que ha sido su idea desde sus inicios.

Es por tal razón que es necesario contar con un plan que ayude a promover el término de la bolsa y su funcionamiento, ya que el mercadeo que actualmente se implementa es indirecto, efectuado en su mayoría por los puestos de bolsa independientes autorizados; no existe un marketing directo de parte de la bolsa como tal, solo el mercadeo indirecto en el cual los puestos se encargan de llegar a los clientes y ofrecerles las ventajas de participar en el giro de este mercado².

Se considera que se podría plantear una estrategia³ para fomentar el mercadeo de la bolsa y por ende una integración del mercado, que esté dirigido a persuadir nuevos emisores de títulos valores (mercadeo directo) para la negociación de estos, o inducir a los actuales emisores a que emitan mayores títulos negociables.

² Este criterio es de acuerdo a diferentes corredores de bolsa, Mireya Sánchez corredora del puesto de BANPRO en entrevista el 4/02/04 y con Carlos Torres, corredor de INVERCASA en entrevista el 12/02/04.-

³ Opinión del Lic. Gerardo Arguello, Vice gerente general de la Bolsa de Valores de Nicaragua, en una entrevista llevada a cabo el 13/01/04.

Al abrir la economía nacional a la inversión extranjera por medio de la promoción de emisión de acciones, el mercado de valores puede funcionar como interconexión del sector financiero doméstico con el sistema financiero internacional, lo que permite beneficios que pueden ser medidos mediante reducción en el costo de los recursos al usuario y en el entorno financiero además de propiciar variedad de alternativas para el ahorrante.

El desarrollo del sistema bursátil, se ha venido dando con el tiempo y meramente por necesidad del momento en poder aplicar leyes y de esta forma poder transar títulos. El no buscar como mercader su funcionamiento, ni plantearse un plan de Marketing, ha sido de atención para los actuales funcionarios de la BVDN y para la sociedad que se involucra en el giro de este negocio.

Desde los comienzos de la bolsa, lo más importante ha sido respaldar la actividad bursátil, no el mercader su funcionamiento; debido a esto surge la problemática de que es necesario plantearse un plan de mercadeo que involucre los procesos y leyes por el cual esta regida la Bolsa, pero que también promueva el uso de este mercado como un sistema integrado, actividad que se ha dejado atrás y necesita ser impulsada para ayudarle a la Bolsa a crecer con lo que actualmente cuenta.

II. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General:

Formular un plan estratégico de marketing para aumentar el movimiento de transacciones en la Bolsa de Valores de Nicaragua por medio de sus puestos autorizados.

Objetivos Específicos:

- ✚ Analizar el funcionamiento de la Bolsa de Valores de Nicaragua.
- ✚ Examinar el mercado de la Bolsa de Valores a sus 10 años de ejecución y las estrategias de mercadeo implementadas para dicho período.
- ✚ Determinar la competitividad de la Bolsa de Valores de Nicaragua.
- ✚ Proponer un plan de marketing que mejore la apreciación del concepto de Bolsa y permita crear una cultura de utilización.

III. HIPÓTESIS DEL ESTUDIO

✚ El mercadeo de la Bolsa de Valores a sus 10 años de ejecución **no se ha venido aplicado ni científicamente ni metodológicamente**, ya que no ha podido desarrollarse en todos sus aspectos de negociaciones, lo que se ve reflejado en las utilidades generadas; las que para el año 2003 provienen en un 76% del sector público o estatal y solamente el 24% restante proveniente del sector privado.

IV. DISEÑO METODOLOGICO

Para efectuar el estudio sobre Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de Nicaragua, se utilizó un estudio descriptivo con un enfoque cualitativo; en el que se implementaron las siguientes técnicas:

- Entrevistas con preguntas abiertas realizadas a diferentes personas inmersas en el mercado bursátil. (Ver Anexo 4)
- Análisis de fuentes escritas primarias y secundarias.

Periodo en que se Realizó el Estudio:

El presente estudio se realizó entre los meses de Junio 2003 a Marzo 2004.

Área de Estudio:

El presente estudio se llevó a cabo en la población del mercado bursátil de Nicaragua: La Bolsa de Valores. Y sus puestos autorizados.

Muestra utilizada:

La muestra que se seleccionó para la realización del estudio fueron las transacciones realizadas por los agentes corredores de los puestos: PROVALORES e INVERCASA.

Recolección de datos:

Los datos fueron recolectados a través del investigador, por medio de entrevistas y revisión de información escritas.

Procesamiento y Análisis de la Información:

Para procesar la información recolectada, se hizo una análisis tratando de depurar la información a utilizar acorde a las necesidades de un planteamiento de “plan estratégico de marketing” , una vez depurada se procedió a su redacción.

V. MARCO TEORICO

El marco teórico de este estudio esta conformado por dos acápites, los cuales son:

V. I. CONCEPTUALIZACION DE PLAN DE MARKETING:

Un *plan estratégico*, es el plan directriz de una empresa, se decide “hoy” lo que se hará “mañana”.

Un *plan de marketing*, es un plan temporal que se centra en la comercialización de una empresa. Un plan estratégico y un plan de marketing en conjunto están orientados a deducir la mejor forma de aplicar operativamente las soluciones ya inventadas, considerando cursos de acción. El resultado final es un conjunto íntegro de esquemas detallados y específicos cursos de acción a seguir; ya que ordena las ideas de quien toma las decisiones en una empresa.

El plan de marketing tiene distintos alcances o ámbitos de aplicación según cada caso específico. Es posible hablar del plan de marketing de la empresa en su conjunto o del plan de marketing para una determinada unidad de negocios. De igual modo, existen planes de marketing enfocados en una línea completa de productos o, por el contrario, para un producto específico, o un mercado en particular.

Un plan de marketing, tiene etapas esenciales que son:

- a) Análisis del entorno
- b) Análisis de la empresa
- c) Diagnóstico de la situación
- d) Definición de estrategia de marketing
- e) Planes de Acción

f) Ejecución y control del plan de marketing

Todo las etapas de un plan de marketing conllevan a:

- + Identificar oportunidades de negocios;
- + Determinar cursos de acción dirigidos a conquistar, mantener y desarrollar mercados;
- + Definir objetivos, estrategias operacionales y programas específicos que armonizan las variables del marketing mix.

En plan estratégico de marketing, es una herramienta de apoyo a la conducción estratégica y a la gestión operativa que facilita los siguientes elementos para el desarrollo de los negocios:

- + Establece una base concreta a partir de la cual planificar los restantes planes de la empresa.
- + Coordina y unifica los esfuerzos de todos los sectores comerciales (diferentes puestos en este caso) y de la compañía como un todo.
- + Facilita revisiones periódicas que alerten sobre problemas y que permitan resolverlos con anticipación.
- + Crea conciencia de los obstáculos.
- + Ser el pensamiento de la empresa a partir de sus clientes actuales y potenciales.

Llevar a cabo un plan de marketing, requiere de un presupuesto de ejecución financiero que se traza anticipadamente el futuro flujo de ingresos y egresos, para conducir y controlar la gestión global de una empresa. Ese presupuesto nace, generado y proyectado por el flujo de ingresos. Y esos ingresos previstos se

basan en pronósticos de ventas que a la vez, son la consecuencia de las proyecciones de corto y mediano plazo que en función del share y el posicionamiento en el mercado, expresan y cuantifican el plan de marketing.

El esquema de este estudio esta estructurado de una forma tal, que se va analizando el entorno de la Bolsa, que se analizará cual si fuera una misma empresa, en base a esto se podrá hacer un diagnóstico a la situación para poder definir así la estrategia y los planes de acción a seguir, de manera que se cumpla con el esquema de un plan de marketing.

Las actividades a seguir para plantear la estrategia de marketing serán:

- a) Definición del negocio
- b) Análisis Económico
- c) Evaluación de la posición competitiva
- d) Análisis del crecimiento del mercado

En base a estas actividades se plantea la estrategia a proponer para la Bolsa de Valores.

A continuación definiciones implicadas al sistema bursátil.

V.II. CONCEPTUALIZACION DEL MERCADO BURSÁTIL Y SUS INSTRUMENTOS:

V. II. I. ANTECEDENTES HISTORICOS ECONOMICOS QUE INCIDIERON EN LA CREACIÓN DE LA BOLSA DE VALORES

A raíz del periodo de 1979-1990 Nicaragua quedó en una situación económica difícil, con un alto nivel de pobreza, con un gran retroceso industrial y la economía

del país se vio inmersa en un letargo que no se apreciaba un surgimiento o recuperación en corto tiempo; de ello hablan los indicadores siguientes⁴.

1. Una abrupta caída acumulada del PIB de casi 13% en los años ochenta, así como de 33.5% en el producto por habitante.
2. Hiperinflación en aumento de 1.689% en el año 1989.
3. Un cuantioso déficit del sector público equivalente a más de 17% del PIB.
4. Enorme desequilibrio externo con creciente déficit comercial y en cuenta corriente de 257 y 529 millones de dólares en 1989 respectivamente.
5. Una pesada deuda pública externa por cerca de 10,000 millones de dólares.
6. Una planta productiva semidestruida y un campo abandonado.

Como una manera de contrarrestar y buscar una recuperación pronta y saludable a la crisis en el que el país se encontraba, el gobierno del periodo entrante a cargo de la Sra. Violeta Barrios de Chamorro (1990- 1996), define cuatro tareas fundamentales a seguir:

A) Establecer las bases para reactivar la economía:

La estrategia que se planteo para reactivar la economía fue basada en la desregulación de las principales actividades económicas, en el reajuste del gasto público, en la privatización de empresas públicas, la negociación del debito externo, la captación de créditos frescos para el fomento de la inversión extranjera. Se creo una política anti-inflacionaria que incluyo el fuerte control de los agregados monetarios. Se trato de reducir el gasto del gobierno, además con las restricciones del circulante, el crédito y el gasto

⁴ Tomado del "COMEXT, 06/01/96, NICARAGUA: SALDOS DE LA TRANSICIÓN ECONÓMICA Y POLÍTICA

I. Comercio Exterior
II. País/ Country: México
Banco Nacional de Comercio Exterior
Autor/ Author: Alfredo Castro Escudero*
Volumen/ Volumen: 46

público lo que freno el crecimiento de los precios y se busco establecer una reforma cambiaria, se estableció una nueva moneda “el Córdoba oro”, con paridad igual al dólar, “la que debía servir de ancla nominal para los precios relativos”.

El gobierno decidió atacar el déficit fiscal con un saneamiento de las finanzas públicas y una reestructuración del estado para elevar la recaudación fiscal con base en una reforma tributaria y reducir el gasto presupuestario; el gobierno elimino exoneraciones impositivas a instituciones estatales, municipios y sociedades civiles. Se fijo un impuesto único a la renta del 38.5%, se eliminaron los impuestos selectivos al consumo de productos nacionales exceptuando los denominados bienes fiscales, como es el caso de la cerveza, cemento, el cigarrillo, gaseosa, el petróleo y el ron.

Todo esto traería como beneficio lo que el gobierno se planteaba para darle un nuevo giro a la situación económica que se atravesaba.

B) Consolidar el gobierno civil mediante el fortalecimiento de la división de poderes y el control institucional de las fuerzas armadas:

El gobierno del periodo saliente (1979-1990) a cargo del Comandante Daniel Ortega, dejaba al gobierno entrante gobierno de Violeta Barrios de Chamorro dificultades de negociación entre los distintos grupos y fuerzas políticas; oposición en sindicatos de trabajadores y agrupaciones civiles, debido al cambio de gestión en sus organizaciones, así como en la economía mixta, el antiimperialismo, la reforma agraria y los derechos individuales y sociales. Otro factor que quedaba de secuela era el fuerte poder de convocatoria e injerencia directa en él ejercito popular sandinista. debido a lo anterior mencionado, la primera actitud correspondiente a la

reconciliación del gobierno civil fue el dejar en el mando del ejercito popular (llamado así para ese tiempo) al Comandante Humberto Ortega, que posteriormente con el apoyo del congreso se logra derogar el servicio militar y se deja reglamentado la **no-posibilidad** a militares para desempeñar actividades políticas, desempeñarse en cargos de organizaciones partidarias o que puedan llegar a ocupar cargos públicos de elección popular.

Con todo esto hay un logro en lo referente a la institucionalización de las fuerzas armadas.

C) Reconciliar a los grupos sociales en conflicto y encauzar las diferencias en el marco jurídico:

Debido a las circunstancias en las que se encontraba el país después del régimen del periodo 1979-1990⁵, Nicaragua quedó bajo la lupa o supervisión del congreso internacional, quienes incidían en la toma de decisiones para tratar de aportar positivamente sobre la situación atravesada; no se llevo a concretizar la reconciliación de los grupos sociales, pero si se pudo llegar a dirigir Nicaragua a la reincorporación a los mercados financieros mundiales y la reestructuración de la deuda externa. Es difícil recuperar la paz en un país con un alto índice de pobreza y lograr el desarrollo de la democracia.

D) Combatir la pobreza extrema:

Erradicar la pobreza para un país que se encuentra altamente endeudado es difícil de conseguir en un periodo de 6 años, por el contrario es una lucha constante que se tiene que seguir a medida de que pasa el tiempo, es

⁵ Gobierno del Frente Sandinista de Liberación Nacional

un traspaso de lucha de período en períodos de gobiernos. La UNO⁶ logro al final de su período de gobierno: *la reactivación de la economía, controlar la inflación; reincorporar al país en los mercados financieros mundiales y la reestructuración de la deuda externa*. Con esto se logra empezar a combatir la pobreza extrema que atraviesa la nación.

De las tareas mencionadas que son planteadas para ayudar a mejorar la situación del país, la que tiene una mayor incidencia para la creación del mercado bursátil es la actividad:

A) Establecer las bases para reactivar la economía, debido a que el desarrollo del mercado bursátil depende de las necesidades que presente la situación económica de un país y su situación política; asimismo depende del respaldo de un marco legal, fiscal y contable que provea los incentivos y la seguridad necesaria para el que emite valores como para el que los adquiere.

Se señala que el gobierno del periodo de 1990 –1996, baso sus estrategias económicas en la economía de mercado, estableció una política económica que busco restaurar el dominio del libre mercado y reorientar el papel del Estado en la economía, se preocupo por privatizar las empresas estatales, para tales fines la Corporación Nacional de Empresas del Sector Publico cumplió la tarea de vender, liquidar o fusionar el grueso de las mas de 350 empresas estatales, residuo de la situación vivida en el período del gobierno anterior; el proceso fue fortalecido para 1994 al aprobar el FMI un importante acuerdo de ajuste estructural. Para 1995 la Asamblea aprobó la ley General de Privatización que contiene un marco jurídico para la entrega de títulos de propiedad y el programa gubernamental de indemnizaciones. Dicho programa, trae como consecuencia la inquietud de crear un mercado de valores en el cual más personas y empresas pudieran formar parte y así lograr que los negocios pudieran crecer y prosperar. Esto fue un factor determinante para que la actividad bursátil tuviera necesidad de

⁶ Coalición conservadora Unión Nacional Opositora (UNO), partidos políticos unidos que vencieron el poder para las elecciones de 1990.

surgir con auge en la economía, para negociar por un medio alternativo los tipos de títulos negociables disponibles que se presentaban para aquel entonces.

Para Marzo de 1991, el Congreso autoriza a particulares nacionales y extranjeros a establecer bancos en el país, tras de un periodo de 12 años de monopolio estatal; para el año de 1994 se consigue que más de la mitad de los depósitos en el sistema financiero provengan de lo correspondiente a la banca privada.

Esta necesidad es vista por el sector privado, no solo como una inquietud para colaborar con el sector financiero, sino como una posibilidad de producir avances tecnológicos en el área financiera, en un momento específico que da cabida a los siguientes pasos que es la creación de un sistema, el sistema bursátil.

V. II. II. INCIDENCIA DE LOS FACTORES POLÍTICOS ECONOMICOS EN LA CREACIÓN DEL MERCADO BURSÁTIL

Con la estrategia planteada por el nuevo gobierno (1990-1996) y los cambios realizados en la economía Nicaragüense en apoyo del Congreso nacional (asamblea), quien consigue un marco jurídico que respaldaba la entrega de títulos, debido a la problemática presentada para el período de 1979-1990 con respecto a la confiscación de propiedades a particulares, para lo que el nuevo gobierno propuso como método de solución a estas confiscaciones la *entrega de bonos de indemnización* por sus propiedades que se otorgarían a los dueños verdaderos. Se da un estímulo al sector privado para la creación de un mercado alternativo de financiamiento que ofreciera negociar este tipo de títulos en una plataforma sólida y productiva respaldada por el gobierno, mediante el Ministerio de Finanzas.

Con la existencia de títulos valores no negociables en un mercado financiero regular, se ve la necesidad palpable de un mercado alternativo de negociación. No obstante, fue para junio de 1993 que los planes de la creación del sistema bursátil se completan y surge la BVDN o Bolsa de Valores de Nicaragua, la que *entra a funcionar como mercado bursátil el 31 de enero de 1994*. Once bancos fueron los

dueños iniciadores de la Bolsa y poseían varias casas de correduría que operaban en ello.

Esta institución se constituye con una razón social de sociedad anónima, de carácter privado, organizada por la mayoría de los bancos privados y estatales y por grupos empresariales sólidos representativos de diferentes sectores de la economía nacional. Se encarga de registrar y autoriza emisiones de títulos valores a negociarse a través en los Puestos acreditados, desarrolla los mecanismos de negociación, supervisa la ejecución de transacciones de los mismos e informa sobre las transacciones que se realizan en su seno.

V. II III. MERCADO BURSÁTIL Y SUS PARTICULARIDADES

V.II.III.I. FACTORES IMPORTANTES QUE INCIDEN PARA LA IMPLEMENTACION DEL SISTEMA BURSÁTIL

Nicaragua en la década de los 90 fomenta y promueve los valores y políticas propias de una economía moderna liberando el mercado, con libertad cambiaria total, permitiendo la realización de transacciones sobre monedas tanto para el comercio como para los flujos de capital.

Durante 1990 la economía nicaragüense se encontraba ya muy "dolarizada", al punto que el tipo de cambio se convirtió en el precio de referencia en la mayoría de las transacciones del mercado interno, haciendo que la población estuviera pensando siempre en la moneda "dólar" como punto de partida para todas y cada una de sus transacciones. En junio del mismo año, se decidió establecer de forma progresiva una nueva moneda: "el córdoba oro", con una paridad igual al dólar, que debía servir de ancla nominal para los precios relativos.

El Banco Central respaldó el circulante de la nueva moneda con la reserva internacional pero ante el bajo nivel de ésta, el córdoba oro representó la masa monetaria total hasta mayo de 1991.

Además de restringir el circulante, la política monetaria incluyó la factible eliminación del financiamiento del sector público y la concesión de préstamos al sistema financiero sólo como complemento de créditos externos. El tipo de cambio controlado aplicable para el financiamiento de las importaciones, se devaluó 80% en marzo de 1991 al cotizarse el dólar según el cambio oficial de la época en cinco córdobas oro. Esta paridad se mantuvo hasta enero de 1993, cuando el Banco Central decretó otra devaluación -de 20%- y el inicio de un régimen cambiario de mini devaluaciones diarias, que únicamente traía consigo incertidumbre entre la ciudadanía, paralela al bajo rendimiento económico de la producción a nivel interno. El tipo de cambio libre operado por los bancos, las casas de cambio y los particulares se rigieron por la oferta y la demanda.

La libre contratación en moneda extranjera permite desde ese momento a los Bancos captar depósitos en dólares y permite a la Bolsa que se lograra transar instrumentos en dólares o en moneda local indexada al dólar; con esto se sigue manteniendo la idea de la “dolarización”

Consecuentemente con la creación del mercado bursátil contando con la BVDN establecida se estimula a inversionistas privados a crear nuevos puestos de Bolsa, dentro de la cual se iniciarían las negociaciones de títulos valores con la moneda deseada por los ciudadanos.

V. II.III. II DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA BURSÁTIL EN NICARAGUA

La Bolsa de Valores de Nicaragua es un mercado organizado de valores que existe en el país, es una institución constituida como sociedad anónima de carácter privado, fundada por la mayoría de los bancos privados y estatales y por grupos empresariales sólidos representativos de diferentes sectores de la economía nacional. Como forma parte del sistema financiero nacional, es regulada por la Superintendencia de Bancos, quien reglamenta su funcionamiento.



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

La BVDN, es una empresa que registra y autoriza emisiones de valores a negociarse a través de los Puestos de Bolsa acreditados. También desarrolla los mecanismos de negociación de valores, supervisa la ejecución de transacciones de valores regulando el buen fin de las mismas, informa sobre las transacciones que se realizan en su seno y promueve el mercado nicaragüense de valores.

Tiene como objetivo fundamental el prestar la infraestructura necesaria para que los puestos de Bolsa autorizados compren y vendan títulos valores generalmente por cuenta de sus clientes, de forma ordenada, transparente y eficiente.

El marco regulatorio específico de la actividad bursátil está conformado por el Decreto 33-93⁷, dictado por la Presidencia de la República, y denominado: [“Reglamento General sobre Bolsas de Valores”](#); el [Reglamento Interno](#) aprobado por la Bolsa de Valores de Nicaragua y ratificado por la Superintendencia de Bancos; este reglamento dicta las normas y disposiciones diversas que emitan tanto la Bolsa como la Superintendencia de Bancos. La actividad bursátil está regulada por todas aquellas disposiciones legales de orden civil y mercantil que le fueren aplicables.

La razón por la cual es preciso reglamentar los procedimientos de operaciones, es debido a que se toma como punto de partida a la Bolsa de Valores Internacional -Bolsa de New York NYSE- que es el centro del mercado bursátil, la que se encuentra mejor establecida y reconocida y la que rige los precios e intereses para cualquier tipo de transacción a nivel mundial. La NYSE, se encuentra regulada para poder proteger a los miembros, al mercado y a los clientes en las transacciones millonarias que se realizan diariamente. Por lo anterior mencionado la BVDN busca como establecer leyes y reglamentos, que

⁷ Marco Legal de la BVDN, ver dichos reglamentos en el Anexo 3.

sigan el patrón establecido por la NYSE y se crea el reglamento general sobre Bolsa de Valores⁸.

El mercado bursátil, por ser un mercado financiero serio desde sus inicios ha necesitado contar con el respaldo del gobierno y de leyes que den constancia oficial que se puede transar en dicho mercado valores negociables, puesto a esto ha sido más importante definir las leyes que sirvan como respaldo para poder abrir operaciones en el interior, a como en un futuro se abrirán en el exterior del país y para ello es necesario el crear leyes que permitan el respaldo de comunicaciones entre bolsas.

La Bolsa de Valores actualmente cuenta con reglamentos y tienen especificados sus procesos de negociación para los valores negociables, este hecho de contar con regulaciones específicas para sus procesos los ha limitado en la necesidad de plantearse un plan de mercadeo fuerte que les ayude a crecer y así llegar a mayores clientes o usuarios del sistema, dicho de otra forma se han dirigido a solidificar primero el sistema de manera legal y han dejando de mercadear su actividad en el mercado bursátil; este planteamiento se justifica con el último proyecto de la Bolsa, que fue el buscar la aprobación de la Ley de Mercado de Capitales mandada a la Asamblea para Octubre del 2003. No hay que olvidar que este sistema se encuentra a la orden de lo que dictamine la superintendencia de bancos.

Los títulos Valores negociados en la BVN, son de carácter mercantil emitidos según las leyes y reglamentos de Nicaragua que incorporan un derecho autónomo del legítimo poseedor a una prestación en dinero o en mercancías en los términos que en ellos mismos se consignan, según información publicada en la página electrónica de la Bolsa. Los titulares de estos documentos gozan de los derechos de propiedad o participación en el capital de una empresa en el caso de las

⁸ Reglamento que será abordado en la parte de: Plan Técnico Metodológico, para describir lo estipulado por el gobierno.

acciones; o bien de créditos si se tratan de bonos, pagares, letras de cambio, bonos de prenda, certificados de inversión y papel comercial.

El mercado bursátil, es un mercado generado en Nicaragua y en el resto del mundo con la finalidad de negociar, comprar y vender valores que no pueden ser negociados en un simple mercado financiero; con el propósito de generar una rentabilidad máxima para los participantes de este mercado.

Actualmente los títulos valores negociables transados en la Bolsa son:

1.1 TIPOS DE VALORES NEGOCIABLES:

✓ Acciones:

Son títulos de renta variable, emitidos por sociedades anónimas que representan un título de propiedad sobre una fracción del capital social de una empresa, pueden ser emitidas al portador o nominativas.

Según el emisor las acciones son fuente de financiamiento a plazo indefinido, ya que por medio de la emisión de acciones se pueden financiar proyectos de inversión. Los accionistas sienten una alternativa de ahorro y acceso a la propiedad.

✓ Certificados de Inversión y Papel Comercial:

Títulos de renta fija de corto y mediano plazo emitidos por empresas privadas de diferentes sectores económicos (industrial, comercial y bancario) con el fin de captar fondos directamente del público en el mercado primario de la Bolsa de Valores de Nicaragua.

Las emisiones de certificados de inversión y de papel comercial son pagares a la orden o letras de cambio emitidas en serie y que representan una obligación directa del suscriptor. Estos títulos una vez negociados en el mercado primario pueden ser renegociados en cualquier momento en el mercado secundario de la BVDN.

✓ **Bonos de Prenda:**

Son títulos a la orden representativos de un crédito prendario sobre bienes indicados en un Certificado de Depósito, que acredita a la propiedad de mercancías depositadas en un almacén de depósitos. Ambos documentos son emitidos por un almacén de depósitos considerados en Nicaragua como una institución financiera autorizada y supervisada por la SIB.

La utilización de este tipo de títulos por medio de la Bolsa permite al sector productivo utilizar sus inventarios en materias primas o productos terminados como fuente de financiamiento. Cuenta con dos posibles fuentes de pago que son: a) el deudor prendario, cuya calidad moral y solidez financiera se evalúan antes de efectuar la inversión y b) el remate de las mercancías que constituyen la garantía del título.

✓ **Certificados Negociables de Inversión (CENI's):**

Son títulos Valores al portador emitidos por el Banco Central de Nicaragua en córdobas indexados o con mantenimiento de valor con respecto al dólar de los Estado Unidos de América. Son colocados por el emisor en el mercado primario

mediante un proceso de subastas donde los inversionistas pueden realizar sus posturas a través de los puestos de bolsa autorizados.

Son emitidos a descuento por el BCN, como un instrumento de su política de control monetaria.

✓ **Bonos de Pago por indemnización (BPI):**

Títulos a la orden emitidos por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público MHCP, en córdobas con mantenimiento de valor con respecto al dólar. Los BPI son emitidos a un plazo de 15 años y devengan un interés del 3% anual capitalizable durante los primeros dos años, un interés corriente del 4.5% anual del tercer al séptimo año y un interés del 5% anual del octavo al quinceavo año, los intereses son pagados semestralmente mediante cupones.

Todos estos términos, ayudaran a este estudio a darle el conocimiento teórico del funcionamiento de la Bolsa de valores, pero el estudio pretende plantear un plan estratégico de marketing para un mejor funcionamiento de la bolsa y es preciso tener claro que es lo que lleva el desarrollar este tipo de plan.

Una de las claves del éxito en los negocios consiste, en desarrollar al máximo algún proceso metodológico para detectar mercados atractivos y construir en ellos ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. El pensamiento de *marketing* estratégico, es **sinérgico** y adopta un papel activo que acomoda el afuera al

adentro (influyendo sobre el mercado), al tiempo que articula y retro alimenta el *marketing* con las políticas.

V. II.III.III DIFERENTES VARIABLES INVOLUCRADAS EN EL SISTEMA.

MECÁNICA OPERATIVA DE LA BOLSA

La mecánica operativa de la Bolsa de Valores de Nicaragua es el conjunto de procesos bursátiles que permiten la negociación y compra-venta de títulos valores entre los puestos de bolsa de manera ordenada, fluida y eficiente, así como los procesos de liquidación, es decir la entrega de los valores vendidos y el pago.

Existen tres mecanismos a través de los cuales se negocian los títulos valores entre los Puestos de Bolsa autorizados, que son:

A. Sistema de negociación electrónica de títulos de deuda:

Todos los Puestos de Bolsa están conectados a una red informática que es administrada por la BVDN. Con la ayuda de un software desarrollado por la BVDN, los puestos de bolsa venden y compran valores en el mercado primario y secundario. Asimismo los Puestos de Bolsa tienen acceso a toda la información histórica contenida en las bases de datos del software. El mercado primario y secundario se explican a continuación.

- **MERCADO PRIMARIO**

A través de este sistema, los Puestos de Bolsa representantes de los emisores realizan subastas de títulos valores con la periodicidad y calendario que éstos determinen. En estos mercados, los demandantes requieren nueva financiación ya sea por medio de la emisión de valores de capital-deuda o a través de valores de capital-riesgo.

En el primer caso (valores capital deuda), se acude a capital ajeno con la obligación por parte del prestatario de reintegrarlo en un plazo determinado y retribuirlo mientras tanto con el pago de un interés fijo.

En el segundo caso (valores de capital riesgo), lo que existe un capital propio sin la necesidad de amortizar, siendo la retribución variable y dependiente del resultado del emisor. Comprende la emisión y colocación de los valores mobiliarios. En consecuencia, el volumen de las operaciones que se realizan en él, permiten apreciar el flujo de recursos financieros o de capital canalizados hacia las actividades productivas a través del mercado de valores, es decir el grado de captación de ahorros mediante los mecanismos del citado mercado.

Una de las alternativas ofrecidas por el mercado primario, es que las empresas pueden utilizar para lograr la autofinanciación mediante la emisión de acciones, pero también ofrece la posibilidad de obtener crédito a través de la emisión de obligaciones y otros títulos.

Otra característica del mercado primario, es que dentro de este mercado se comercializan títulos valores de primera emisión que son ofertados por las empresas con la finalidad de obtener recursos frescos productivos, ya sea para la constitución de nuevas empresas o para inyectar nuevo capital a las empresas en marcha.

Para una mejor comprensión del termino “emisión”, es necesario conocer que se trata de cada conjunto de valores negociables que proceden de un mismo emisor y homogéneos entre sí para formar parte de una misma operación financiera, o que responden a una unidad de propósito incluida en la obtención sistemática de financiación, por ser igual su naturaleza y régimen de transmisión y por atribuir a sus titulares un contenido sustancialmente similar de derechos y obligaciones.

Para la colocación de emisiones podrá recurrirse a cualquier técnica adecuada a elección del emisor. El procedimiento de colocación deberá quedar definido y hacerse público en todos sus extremos antes de proceder a la misma.

- **MERCADO SECUNDARIO**

Es donde se ejecutan las transferencias de títulos y valores que han sido previamente colocadas en el mercado primario dando liquidez, seguridad, rentabilidad a los inversionistas y o permitiéndoles revertir sus decisiones de compra y venta. En él los inversionistas intercambian los títulos previamente emitidos, sin cuya existencia sería difícil la del mercado primario pues difícilmente se suscribirían las emisiones de activos financieros si no existiese la posibilidad de liquidar la inversión transmitiéndolos.

La interrelación entre mercados primarios y secundarios es de bastante similitud, puesto que los acontecimientos del mercado secundario, determinan las bases y condiciones de las emisiones a través de la negociación de los derechos preferentes de suscripción.

El mercado primario y secundario son recíprocamente complementarios y deben coexistir, es decir sin la posibilidad de poder transferir el valor adquirido en primera colocación y sin que consecuentemente sea factible la liquidez necesaria, contando sólo con la alternativa de obtener una renta.

El sistema de negociación facilita las transacciones de títulos de deuda que en nuestro país no son estandarizados. Este sistema contiene las siguientes etapas:

Período de presentación de posturas:

La mecánica de negociación electrónica del mercado secundario se lleva a cabo, a través de un sistema de calzas competitivas. Por medio de este sistema los Puestos de Bolsa que están interesados en comprar o vender títulos de deuda en

el mercado secundario introducen sus ofertas desde sus terminales localizadas en sus oficinas. Las horas de comercialización en la bolsa son todos los días a las: 10: 00 AM, 12:00 PM, 2:00 PM y 4:00PM.

Hora de cierre y calzas competitivas:

El período de presentación de posturas finaliza a la hora de corte (también llamada hora de cierre). A partir de este momento ningún Puesto de Bolsa puede efectuar mas ofertas.

Período de compra de operaciones desiertas:

Una vez concluido el proceso de calzas automáticas, se abrirá un período de compras de operaciones desiertas. A través de una pantalla del sistema, los Agentes de Bolsa podrán comprar aquellas operaciones desiertas al precio de venta. Durante este período los términos de sus ofertas de venta, en ningún Puesto de Bolsa podrán variar.

Negociación a viva voz de reporto (es) y opciones:

Las operaciones de reporto (es) y opciones son objeto de subasta pública en el salón de remates de la Bolsa de Valores de Nicaragua. Esta se realizará de acuerdo a los procedimientos utilizados en las subastas públicas sin información previa.

Bajo este tipo de negociación el procedimiento opera de la siguiente manera: En el grupo un corredor ofrece una transacción, otro la acepta y se firma una boleta preliminar. Una vez que la operación es acordada, se le entrega la boleta al Director de la Sesión quien la revisa, la anota en una pizarra y la pregona a viva voz a todos los corredores presentes. En ese momento se inicia el período de

pujas donde cada corredor tiene igual oportunidad de participar, quedando asignada la operación al mejor postor⁹.

Régimen de Subastas especiales:

Bajo esta modalidad de colocación de títulos valores, la Bolsa de Valores de Nicaragua realiza subastas especiales para la venta al mejor postor de paquetes accionarios de empresas a privatizarse a través de los mecanismos bursátiles.

La empresa emisora debe convocar públicamente a los potenciales compradores a través de los medios de comunicación establecidos indicándoles además de las características de la emisión el calendario de la(s) subasta(s).

B. Diferentes Variables relacionadas con el Mercado Bursátil:

EL MERCADO FINANCIERO, es el conjunto de intermediarios mercados e instrumentos que enlazan las decisiones de ahorro con las de gasto, es decir que transfieren renta desde unidades excedentes hacia las deficitaria. Es el conjunto de fuerzas de oferta y demanda de ahorro, así como los canales e instrumentos jurídicos, económicos, humanos, materiales y técnicos a través de los cuales se potencia el ahorro y se permite un equilibrio eficiente entre tales fuerzas.

Continuando con la definición de mercados financieros, debemos puntualizar que dichos mercados son el conjunto de canales de interrelación entre oferta y demanda de fondos. En este sentido, podemos distinguir entre los mercados monetarios y de capital: Mercado monetario es el referido a los capitales de corto plazo.

⁹ Este tipo de negociación esta inhabilitado actualmente por contar con un sistema computarizado de negociación.

MERCADO DE CAPITALES, es aquel en el que se efectúa toda clase de inversiones o transacciones relativas a capitales o activos financieros, cualesquiera que sea su naturaleza, características o condiciones. Por ello, a él concurren oferentes y demandantes de capitales de corto, mediano y largo plazo e inclusive de plazo indeterminado. Las sumas ahorradas se concentran y se canalizan hacia empleos donde permanecen inmovilizados durante un largo período. Dicho mercado puede subdividirse en mercado crediticio y mercado de valores.

El mercado crediticio, es un mercado entre entidades de crédito e inversores en el que se utilizan los recursos depositados por particulares y empresas. Es un mercado de negociación directa, cerrada al público y con una posición privilegiada de una de las partes.

En el mercado de valores, también denominado mercado de capitales en sentido estricto, los fondos prestados se documentan en valores apelándose al ahorro público, a los particulares y empresas en general, ofreciéndoles una rentabilidad para canalizar tales fondos hacia inversiones productivas. Se trata de un mercado de negociación abierta al público, sin que el prestatario se encuentre en una posición de desventaja.

Las dos subdivisiones de mercados de capitales, se distinguen por los sujetos. En el mercado crediticio se pueden obtener fondos de los consumidores mientras que en el mercado de valores, sólo son receptores de fondos las empresas y el estado. Por otra parte, en el primero de estos mercados (crediticio) los intermediarios financieros obtienen un margen o beneficio al dar a crédito lo que reciben a crédito, mientras que en el mercado de valores no hay margen, sino comisión.

En cuanto al objeto, en el mercado crediticio sólo se contrata capital-deuda, mientras que en el de valores también se contrata capital-riesgo (acciones). Por último por la forma, el primero es un mercado meramente negociado mientras que el de valores es un mercado fundamentalmente organizado.

El mercado de valores está inserto en el mercado de capitales, constituyendo un segmento especializado del mismo, en el sentido de que en él se centralizan las transacciones relativas a ciertos activos financieros denominados valores mobiliarios. Los instrumentos que se negocian en el mercado de valores mobiliarios pueden ser emitidos con un plazo de vencimiento determinado, o no estar sujetos a plazos preestablecidos, como ejemplo cabe destacar las acciones representativas de capital de las sociedades anónimas.

El mercado de valores, es un mercado especializado que forma parte del mercado de capitales en el que se realizan operaciones de carácter monetario o financiero expresados en valores mobiliarios, fuente de financiamiento para la producción de bienes y servicios.

En síntesis, podemos decir que el Mercado de valores es el mercado de capitales en el que éstos están instrumentados en forma de valores. La incorporación del derecho de crédito a un título negociable es lo que ha permitido la acumulación de grandes capitales y con ello el desarrollo económico. En este mismo mercado de valores, se realizan transacciones cuyo objetivo es canalizar los ahorros internos y externos para su inversión en actividades productivas, poniéndolos a disposición de aquellos que buscan financiamiento, concurriendo entonces ciertos bienes, los llamados **valores mobiliarios**.

EL MERCADO BURSÁTIL, el mercado esta clasificado en bursátil y extra bursátil, de acuerdo a que las transacciones relativas a los valores mobiliarios que se ejecuten en el recinto de la bolsa y en rueda, o se lleven a término fuera de la

bolsa o en sus instalaciones, pero en este caso no utilizando los mecanismos de la rueda, sino los llamados mercados extra bursátiles centralizados u organizados, es decir la mesa de negociación y la mesa de productos. Es donde se realiza operaciones de compraventa de valores emitidos anteriormente, siendo la Bolsa de Valores la institución que centraliza dichas operaciones.

Los elementos constitutivos del Mercado Bursátil son individuales, juntándose con particulares, empresas, entidades financieras y los inversores institucionales (sociedades y fondos de inversión, compañías de seguros, AFP). Por otro lado están los emisores que son fundamentalmente grandes empresas y el Estado, por último los intermediarios que son las SAP y los Agentes de Intermediación.

Por otro, los elementos objetivos del mercado bursátil son los centros de contratación y los valores objeto de negociación.

Los elementos formales están constituidos por los procedimientos formas y normas de relación entre los elementos anteriores.

MERCADO EXTRABURSÁTIL, registran las operaciones de compraventa que se efectúan fuera de los círculos regidos en el mercado bursátil.

RUEDA DE BOLSA, es la reunión diaria de la negociación de valores previamente inscritos en los registros de la bolsa de valores; estos valores están conformados por acciones de capital o comunes, acciones laborales, así como certificados de suscripción preferente y bonos.

MESA DE NEGOCIACIÓN, facilita la transacción de valores no inscritos en rueda de bolsa y brinda a las personas tanto naturales y jurídicas la posibilidad de invertir sus ahorros en valores que crean de beneficios superiores al del mercado tradicional, llámese dólares, bancos, etc., lo cual sirve como mecanismo

complementario al financiamiento donde las empresas negocian sus valores de corto plazo, sobre todo en situaciones de poca liquidez. Lo principal de la negociación de instrumentos de corto plazo (pagarés, letras de cambio, bonos de tesorería, etc.), estos son emitidos por las empresas e instituciones financieras.

Las negociaciones bursátiles, son realizadas por:

Los Puestos de Bolsa, los puestos que existen actualmente en el mercado nacional, son propiedad de miembros activos o ex miembros de la Junta directiva de la BVDN, lo que implica que el mercadeo hacia los clientes de parte de los puestos durante esta década de funcionamiento de la bolsa, se ha dado de una manera informal de “boca en boca”.

El medio para elaborar las negociaciones bursátiles es un medio electrónico, al cual se ingresa para introducir ofertas y demandas y es únicamente de acceso para los corredores autorizados por la BVDN y la SIB.

Periódicamente se organizan reuniones de trabajo entre los puestos de bolsa y la BVDN para poder establecer un mecanismo continuo de cooperaciones que faciliten la divulgación de nuevos procedimientos, controles y normas.

Los Emisores de Títulos Valores, son los representantes de las empresas emisoras del sector privado que existen el mercado bursátil nacional, los cuales han sido o son propiedad de los miembros de la Junta Directiva de la BVDN. Esto denota que la captación de usuarios se ha dado por personas directamente inmersas en este sistema, no siendo así la atracción de nuevas personas para el mercado. Por el lado del sector público, el mercadeo se ha logrado por la misma necesidad del país de poder emitir el papel de deuda y colocarlo en el sistema financiero nacional.

VI. RESULTADOS

Después de elaborar un análisis a la información recolectada se llegó a que la Bolsa cuenta con:

VI. I. PARÁMETROS DEL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO BURSÁTIL Y SUS INSTRUMENTOS.

El sistema bursátil, está integrado por personas naturales y jurídicas relacionados con la emisión, colocación, distribución y compraventa de títulos valores.

La bolsa tiene como visión y misión:

Visión:

“Nuestra visión es seguir creando las condiciones de un mercado que permita que las operaciones con títulos valores se perfeccionen de forma cada vez más eficiente así como también propiciar en la medida de nuestras posibilidades la creación de mercado unificado con el resto de las Bolsas de la región Centroamericana para ampliar las oportunidades de negocio para inversionistas y emisores a través de los puestos de bolsas.”

Misión:

Promover y ser el eje impulsor del mercado de valores de Nicaragua prestando, de la forma más eficiente posible, toda la infraestructura necesaria para que los Puestos de Bolsa autorizados transen valores de forma segura, fluida y bien informados, permitiéndole a todos los participantes del mercado una reducción de sus costos de transacción.

La función esencial del sistema bursátil es facilitar la canalización del ahorro hacia la inversión por medio de la puesta en contacto de inversionistas y emisores. Para lograr este objetivo, el sistema bursátil esta conformado por instituciones que garantizan:

- Igual acceso e igual trato a todos los inversionistas y emisores.
- Equidad competitiva y eficiencia en los mercados.
- Oportunidad y suficiencia en la divulgación de información pública.
- Seguridad en el procesamiento de transacciones y servicios de custodia.
- Acceso equitativo a asistencia y soluciones legales por daños.

Las instituciones que conforman el sistema bursátil de Nicaragua, son la Bolsa de Valores de Nicaragua (BVDN), la Central Nicaragüense de Valores (CENIVAL) y los puestos de Bolsa Autorizados. Estas instituciones forman parte del sistema financiero nacional y están regulados por la Superintendencia de Bancos y Otras instituciones Financieras.

La Bolsa, es una sociedad anónima de carácter privado autorizada por la Superintendencia de Bancos, cuyo objetivo principal es prestar la infraestructura necesaria para que los puestos de Bolsa autorizados compren y vendan títulos valores, generalmente por cuenta de sus clientes, de forma ordenada, segura, transparente y eficiente.

La Bolsa, es una empresa que aprueba emisiones de valores, controla sus transacciones garantizando el buen fin de las mismas, informa sobre las transacciones que se realizan en su seno y es un ente promotor del sistema bursátil.

De acuerdo con su Reglamento Interno, la Bolsa tiene la finalidad de prestar todos los servicios necesarios para realizar en forma continua y ordenada las negociaciones que en ella se transen, todo de acuerdo con las operaciones reguladas en el Decreto 33-93 (Reglamento General sobre Bolsa de Valores). Para este propósito podrá realizar cuanta actividad sea necesaria o conveniente y en forma especial las siguientes:

- ❖ Establecer los locales, las instalaciones y los medios de difusión, así como organizar los servicios respectivos que faciliten las operaciones de bolsa.
- ❖ Establecer procedimientos que rijan las relaciones entre oferta y demanda de títulos de forma que faciliten las operaciones en la bolsa.

- ❖ Llevar un registro de los emisores, de los títulos y valores inscritos para cotización en ella, así como las cotizaciones y operaciones que se realicen, sin perjuicio del Registro Nacional de Valores que lleva la Superintendencia de Bancos.
- ❖ Registrar los Puestos de Bolsa y Agentes corredores que participen en este mercado sin perjuicio del Registro Nacional de Valores que lleva la Superintendencia de Bancos.
- ❖ Facilitar la negociación de los títulos valores y otros instrumentos negociables que realicen los intermediarios autorizados por ella e inscritos en la Superintendencia de Bancos.
- ❖ Velar para que los negocios que en ella se transen, estén ajustados a la ley, a los reglamentos y a las más estrictas normas de ética comercial que garanticen un eficaz funcionamiento del mercado.
- ❖ Certificar a instancias de parte, las cotizaciones en bolsa así como efectuar la liquidación voluntaria o facilitar los medios para que sea cuando fuere el caso la liquidación coactiva de las operaciones.
- ❖ Ejercer la vigilancia de la actividad de los Puestos y Agentes Corredores que operen en ella, sin perjuicio de las facultades generales que le competen a la Superintendencia de Bancos.
- ❖ Propiciar los servicios para el depósito mercantil de los títulos valores, servicios de custodia y facilitar los sistemas de cobro, compensación transferencia y liquidación de los títulos depositados.

Requisitos del registro de emisiones en la bvdn:

Todas las entidades excepto el Gobierno, que se propongan emitir valores y hacer oferta pública de los mismos deben estar inscritos como emisores en la Superintendencia de Bancos y en la Bolsa de Nicaragua.

No están sujetos al requisito de inscripción, los títulos valores emitidos individualmente o no seriados siempre que sean emitidos por bancos o instituciones Financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos, o de cualquier emisor si estos han sido avalados, afianzados aceptados o garantizados por esas instituciones. Los títulos valores no seriados que no lleven los requisitos anteriores, no podrán ser transados en la BVDN.

Las empresas que se propongan emitir valores, que han de ser objeto de oferta pública, solicitaran su inscripción en el registro de emisores y valores que lleva la Superintendencia de Bancos y en el de la Bolsa de Valores de Nicaragua.

Para registrar una emisión de valores:

El emisor deberá acompañar su solicitud de tres prospectos, que son documentos que contienen información amplia veraz y actualizada sobre los valores seriados que serán negociados en la BVDN y sirve como medio de publicidad autorizado para la emisión. Generalmente el prospecto contiene todas las condiciones que regirán las relaciones entre el emisor y los inversionistas.

El emisor podrá iniciar la negociación en Bolsa de Valores, una vez que la Superintendencia y la Bolsa extiendan una certificación o constancia de haberse efectuado el registro. Al iniciar la oferta pública de valores registrados, los emisores o sus representantes deberán publicar en uno o más periódicos de

circulación nacional de su escogencia, un mínimo de dos avisos durante los primero 15 días de oferta invitando al público a la adquisición de los mismos.

Los emisores con títulos inscritos en el registro de Valores, proporcionaran a la Superintendencia, a la Bolsa y al público la información periódica que disponga la Superintendencia. Esta información será tanto de carácter legal y financiero, como de todo hecho que pueda afectar positiva o negativamente su situación jurídica, económica o financiera o la posición del emisor de los valores en el mercado.

Superintendencia de bancos y de otras instituciones financieras:

Es el sistema bursátil que regula y supervisa las operaciones de compraventa de títulos valores que se ejecutan en la BVDN. La supervisión permite que el proceso de intermediación de valores se efectúe con mayor transparencia.

La SIB tiene que hacer cumplir las leyes del sistema bursátil, para lo que emite una serie de regulaciones bajo las cuales operan las demás instituciones del mercado; estas reglas regulan el registro y la supervisión de la compraventa de valores, la incorporación de nuevos puestos de bolsa, agentes y compañías, la definición de estándares mínimos tales como capitales requeridos y otros.

VI. II. ESTRUCTURA DEL MERCADO ACTUAL DE LA BOLSA DE VALORES

VI. II. I. GENERALIDADES

La Bolsa de Valores actualmente se encuentra establecida, con clientes o usuarios activos en este mercado, con emisores autorizados por la SIB que ofrecen y demandan títulos. La rentabilidad de la bolsa de valores proviene del creciente volumen de movimiento diario en transacciones de compra y venta de títulos valores realizado por medio de los puestos autorizados para este negocio.

Actualmente los clientes de la bolsa son:

a. **Puestos de Bolsa:**

- INVERCASA*
- INVEREXPO
- BAC VALORES
- PROVALORES
- LAFISE VALORES S.A.
- INVESTA*
- INVERNIC
- BCD DE VALORES

b. **Emisores de Títulos Valores:**

Sector Público:

- Banco Central de Nicaragua
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público
- Empresa Administradores de Aeropuertos Intencionales

Sector Privado:

- Banco de Crédito Centroamericano BAC
- Casa Pellas
- Corporación Credomatic
- Financiera Delta
- Nicaragua State Sugar Limited
- Café Soluble
- Tip- Top Comercial
- Club Náutico Cocibolca

Según personas de la Bolsa¹⁰, el año 2003 la BVN experimentó un crecimiento más que positivo, ya que se presentaron cifras más altas con relación al mismo período del año 2002, entre Enero y Octubre 2003 se registraron transacciones por el orden de los 7,063 millones de córdobas, mientras que en el mismo período del 2002 llegaron a los 6,832 millones de córdobas. En la bolsa se han realizado transacciones que van desde los 30.00 dólares hasta los 10 millones de dólares.

El crecimiento puede explicarse por una mayor demanda de los Nicaragüenses y por que el país presenta más atractivos de inversión, pero se subraya que habría que realizar un estudio para analizar con certeza las razones del crecimiento del mercado, el que se rige por la oferta y la demanda.

Este mercado, actualmente presenta las siguientes características:

- La BVDN y los Puestos de Bolsa han desarrollado un mercado dinámico y de rápido crecimiento.
- En la BVDN, se negocian instrumentos financieros de renta fija con altos rendimientos en dólares y en moneda local indexada al dólar.
- Existe una exoneración total de impuestos tanto sobre las ganancias de capital como sobre los ingresos por intereses para los títulos transados en bolsa para las personas naturales y los extranjeros.
- No hay ningún tipo de restricción sobre entradas y salidas a flujos de capital extranjeros.
- La custodia y liquidación de valores es especializada.
- Existe un marco regulatorio eficaz sobre la actividad bursátil.

¹⁰ Opinión emitida por el Sr. Gerardo Arguello, vicegerente general. En un reportaje del diario la prensa con fecha de Miércoles 25 de Junio del 2003.

- Existe una amplia red de casas corredoras establecidas, con relaciones internacionales y en la región centroamericana.
- Antes existía una dispensa total de impuestos sobre las ganancias de capital y los ingresos por intereses para los títulos negociados en bolsa para personas naturales y los extranjeros. Esto cambió a partir del 6 de Mayo del año 2003, con la Ley No. 453 – Ley de Equidad Fiscal, en los Artículos 11, 15, y 110.

Además de las características presentadas por el mercado bursátil, es preciso tomar en consideración la existencia de diversos tipos de valores negociables con características específicas que permiten ser transados en este negocio y hacer posible el giro del mercado.

De manera personal, considero que una mayor diversidad de títulos valores que puedan ser negociados tanto privados como estatales, en el mercado bursátil ayudaría sustancialmente en el funcionamiento de la Bolsa. Actualmente los títulos negociados en su mayoría provienen del sector público, a como lo expresa el Vicegerente General de la Bolsa Gerardo Arguello en un reportaje a la Prensa del día 25 de Junio del año 2003, “la gran mayoría de las operaciones corresponde al sector público, como la emisión de Certificados Negociables de Inversión (Cenis) emitidos por el Banco Central de Nicaragua (BCN), y los bonos de Pago por Indemnización (BPI) del Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP). Por ejemplo, en el 2002 las operaciones totales de la bolsa alcanzaron los C\$ 8,611 millones de córdobas, de los cuales C\$ 8,326 correspondieron al sector público. Es pues necesario que se cuente con usuarios que tengan un mayor dominio de los tipos de transacciones que se pueden realizar con los diversos valores negociables que actualmente están disponibles y promover la utilización de nuevos títulos negociables, para lograr un mayor movimiento en el mercado bursátil.

VI. II. II. EL SERVICIO DE LA BOLSA DE VALORES DE NICARAGUA Y EL MERCADEO DEL MISMO.

La bolsa de Valores de Nicaragua, actualmente presta los servicios de:

- Depósito mercantil de los títulos y valores.
- Servicios de custodia.
- Facilita los sistemas de cobro, compensación, transferencia y liquidación de los títulos depositados.
- Presta las instalaciones y los medios de difusión, organiza los servicios respectivos que faciliten las operaciones de bolsa.
- Establece los procedimientos que rigen las relaciones entre la oferta y la demanda de títulos, de forma que faciliten las operaciones en la bolsa.
- Lleva un registro de los emisores, de los títulos y valores inscritos para cotización, así como de las cotizaciones y operaciones que se realicen, sin perjuicio del Registro Nacional de Valores que lleva la Superintendencia de Bancos.
- Registrar los Puestos de Bolsa y de Agentes Corredores que participen en el sistema bursátil, sin perjuicio del Registro Nacional que lleva la Superintendencia de Bancos.
- Facilita la negociación de los títulos valores y otros instrumentos negociables que realicen los intermediarios autorizados, e inscritos en la Superintendente de Bancos.

- Vela para que los negocios que en ella se transen, estén ajustados a la ley, a los reglamentos y a las normas estrictas de ética comercial que garanticen un funcionamiento eficaz del mercado.
- Certifica las cotizaciones en bolsa, así como efectúa la liquidación voluntaria o facilita los medios para que se dé cuando fuere el caso, la liquidación coactiva de las operaciones.
- Ejerce la vigilancia de la actividad de los Puestos y Agentes Corredores que operen en ella, sin perjuicio de las facultades generales que le competen a la Superintendencia de Bancos.
- Vela por el estricto cumplimiento de las transacciones de acuerdo a los términos y condiciones pactados por las partes, las leyes, reglamentos aplicables y las disposiciones del Reglamento General sobre Bolsas de Valores y del Reglamento Interno.

Todos estos son los servicios que actualmente la BVDN elabora para el funcionamiento del sistema bursátil, muchos se han ido estableciendo con el tiempo.

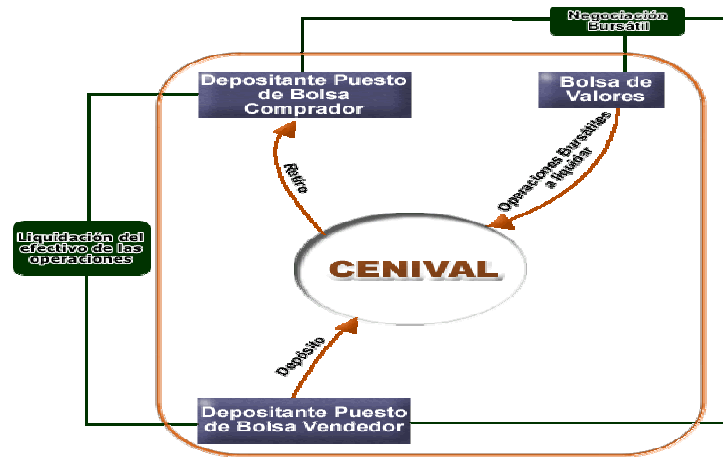
Con la CENIVAL, la que funciona como custodia de títulos valores en córdobas y dólares americanos, se maneja la liquidación de los valores, no así la liquidación del efectivo. Los depositantes que en su mayoría son puestos de bolsa, están conectados desde sus oficinas al sistema de custodia desde el cual ingresan los títulos, realizan traspasos productos de operaciones y generan las salidas si así lo requieren. El depositante tiene a su disposición con este sistema, información en tiempo real de movimientos y estados de cuenta.

La administración de los títulos se hace a través de cuentas propias y de terceros, debiendo cada cliente del depositante tener asignada al menos una cuenta debidamente codificada.

Para poder negociar en la Bolsa se exige que haya un depósito previo de los títulos en ésta institución, de manera que a través de comunicación electrónica la bolsa pueda revisar que los títulos que se están ofertando en el mercado. Dada la operación en la Bolsa, ésta comunica a la central alimentando su sistema y los puestos de Bolsa que deben de ser depositantes quienes realizan los traspasos de los títulos electrónicamente. El movimiento del dinero se hace con cheque o transferencias a través de las cuentas de los bancos en el Banco Central de Nicaragua. Existe un reglamento de la bolsa que rige todo el proceso de liquidación de acuerdo al movimiento de los títulos para minimizar el riesgo de la transacción.

La figura 1. muestra el diagrama de relación de las actividades que realizan los depositantes en su interacción con el sistema de la central de valores.

Figura 1: Relación Directa entre Depositantes, Bolsa de Valores y CENIVAL



Una actividad que ha realizado la BVDN en todo su tiempo de ejecución, ha sido buscar la integración del mercado bursátil tanto a nivel nacional como internacional, lo ha tratado de concebir con la ayuda de la Asociación Centroamérica de Bolsas de Valores (BOLCEN), constituida en Panamá el 20 de Julio de 1990 por la necesidad de los países Centroamericanos para iniciar un proceso de unificación de políticas económicas y sociales con el propósito de contar con reglas que permitieran transitar unidamente por la vía del desarrollo regional.

En Nicaragua, BOLCEN estableció su sede el año 1998 con la idea de crear una secretaría que coordinara los proyectos o planes de integración para poderlos ejecutar, se encuentra ubicada dentro de las oficinas de la bolsa de valores de Nicaragua.

BOLCEN, contribuye como cliente interno de la BVDN, ya que para que la Bolsa pueda entregar un servicio eficiente tiene que desarrollar las siguientes actividades:

- Informar mensualmente por medio de un Boletín estadístico del comportamiento del mercado bursátil centroamericano a todos los puestos

de bolsa de la región (120 puestos), remitido a los diferentes puestos por medio de BOLCEN.

- Informar sobre los montos totales tranzados por mercado y sector de todas las Bolsas de Valores de Centroamérica.
- Llevar un registro de la toma de decisiones de la Junta Directiva de BOLCEN y darles seguimiento para su elaboración.
- Desarrollar una red de información regional que satisfaga las necesidades de todos los sectores, principalmente del sector financiero sobre mercados de capitales.

Todos estos movimientos existen dentro de la Bolsa de Valores desde su fundación, reflejado en el mercado a viva voz (método por el cual se negociaban títulos en un inicio), el cual ha sido remplazado por el sistema de negociación electrónico desde enero del 2002, por el que los ocho puestos de bolsa tienen acceso directo a través de un MODEM, para introducir sus ofertas y demandas en tiempo real.

La Asociación de Bolsas Centroamericanas, BOLCEN realiza de manera anual un seminario y en el año 1999, cinco años después de la apertura de la Bolsa Nicaragüense, asistieron más de 260 personas, siendo 100 de procedencia extranjera; y en el cual se consiguieron expositores de gran envergadura de nivel internacional lo que dejó a la Bolsa de Nicaragua fama y proyección para darse a conocer como una empresa competitiva. Otra manera directa de mercadear la Bolsa ha sido a través de los seminarios bursátiles para optar al cargo de agente corredor a nivel local que se hacían anualmente desde 1994 hasta el año 2000.

En los primeros años de la fundación de la Bolsa se utilizaron los medios escritos, entre ellos el más significativo era **Mundo Financiero**, el **Observador Económico** y **la Bolsa de Noticias**.

En la actualidad los puestos de Bolsa trabajan directamente en su mayoría con clientes particulares ya sean estos referidos o clientes antiguos recomendados por las sucursales bancarias del grupo financiero al que ciertos puestos pertenecen o puede ser una que otra empresa que busca una alternativa de financiamiento. A pesar de este tipo de mercadeo, los puestos no tienen una estrategia unificada con la bolsa de valores.

Todo esto implica de que el mercado bursátil es rentable como tal, pero que al momento le falta desarrollarse como un mercado integrado para expandir aun más sus fronteras a mayores clientes nacionales y posteriormente a clientes internacionales.

Por el sistema computarizado la información está disponible en forma rápida, económica y en tiempo real, los inversionistas individuales tienen tanto acceso al mercado como los inversionistas institucionales. Los emisores no tienen fronteras, y por lo tanto buscan el mercado idóneo donde obtener su capital de trabajo en forma más económica. Los inversionistas por su lado, también desean invertir globalmente para obtener una mejor tasa de retorno y diversificar su portafolio.

Debido a que se han dado avances tecnológicos en la BVDN, se ha introducido una amplia gama de servicios donde la participación del cliente es mas activa y esto trae como beneficio para la bolsa:

- ❖ **Confianza**, ya que la CENIVAL y la BVDN, son empresas supervisadas por la superintendencia de bancos a través de la Intendencia de Valores. Mientras no se apruebe la ley de mercados de valores que se encuentra en

la Asamblea Nacional, no existirá una garantía jurídica que permita establecer una confianza sólida.

Las auditorías continuas prestadas en la BVDN a través de las operaciones diarias por firmas de prestigio como KPMG o Price Waterhouse Coopers, e igualmente la publicación de los estados de resultados en los medios públicos dan una muestra a los clientes de que existe una eficiente operación a través de la rentabilidad, demostrando seguridad.

- ❖ **Responsabilidad:** El horario es uno de los mecanismos que demuestran la responsabilidad hacia la entrega de los servicios en los puestos de bolsa, tanto así, que si ha una hora específica ejemplo, a las 11 de la mañana no esta en tiempo un título oferente, tanto el puesto de bolsa como el cliente dejan de percibir ingresos.
- ❖ **Seguridad:** No se ha presentado según los ejecutivos de la Bolsa un incumplimiento de una transacción de la Bolsa de Valores, esto denota la responsabilidad en el cumplimiento de las tareas asignadas (o más bien dicho la funciones específicas del puesto) que permiten reflejar de una manera directa la confianza que genera la Bolsa de valores hacia sus clientes.

VII. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

En conclusión, puedo decir que:

1. La Bolsa de Valores no ha madurado el 100% de su concepto.
2. No ha logrado darse a conocer en el ámbito nacional lo suficiente como para generar confianza en clientes potenciales de realizar transacciones por medio de ella.
3. A sus 10 años de ejecución, su mercadeo ha sido insuficiente, ya que **no** existe una cultura de utilización de Bolsa de Valores en el sistema financiero nacional.
4. La Bolsa de Valores no cuenta con un porcentaje grande de negociaciones provenientes del sector privado, debido a la falta de promoción y conocimiento de parte de este sector.
5. La Bolsa de Valores a sus 10 años de ejecución ha desarrollado mejores métodos de negociación con un sistema estandarizado de transacciones.

En síntesis se puede decir, que debido a la falta de un plan estratégico de marketing la Bolsa ha mostrado una actitud pasiva para con su entorno, dejando de aprovechar oportunidades presentadas en el tiempo de su existencia, oportunidades de una mayor generación de utilidades; ha dejado de proyectarse en el ámbito financiero nacional y al día de hoy no existe una cultura de utilización de Bolsa de Valores, lo que conlleva a evidenciar la Hipótesis del estudio.

VIII. RECOMENDACIONES

El tiempo desaprovechado por la bolsa, puede resurgir con un mayor auge, si se toma en consideración los siguientes aspectos:

- a) Para que la bolsa madure al 100% su concepto, esta debe vivir y promover el concepto por el cual quiere ser conocida y la manera de hacerlo es mediante la publicidad, empezando así una nueva cultura de utilización de la Bolsa.
- b) Para que nacionalmente se maneje la existencia de la Bolsa de Valores, se deberá realizar una campaña publicitaria que le permita llegar a promover sus clientes potenciales y fortalecer a usuarios actualmente activos.
- c) Para mejorar la insuficiencia mercadológica presentada por la Bolsa de Valores a sus 10 años de ejecución, se deberá desarrollar el plan estratégico de marketing propuesto en este estudio.
- d) Para el fortalecimiento del sector privado como componente de la economía de Nicaragua, la bolsa deberá implementar seminarios talleres que tengan como fin la generación de confianza en realizar transacciones y permitir aumentar así la movilización y asignación de recursos para la economía nacional.

En síntesis, para mejorar la promoción de la Bolsa de Valores y el sistema bursátil como tal, se debe implementar este plan estratégico de marketing.

VIII. I. PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO

VIII. I. I. ENFOQUE DE LA ESTRATEGIA

La Bolsa de Valores necesita un plan estratégico de mercadeo que le ayude a venderse como un mercado integrado, se realizará en este estudio una mercadotecnia de Organizaciones u organización que ayude a mantener y a crear nuevas actitudes de parte de los clientes para el sistema. El Plan de marketing dejará beneficios para la Bolsa de Valores, sus puestos autorizados y en la economía en general, ya que a partir de este plan se permitirá vender el concepto de un mercado integrado y sólido.

Puesto que la Bolsa de Valores, en conjunto con los puestos autorizados forman parte del sistema bursátil y el tema de estudio es un Plan de Mercadeo para el funcionamiento de la Bolsa de Valores, se tomara el objeto de estudio y sus componentes como un todo, es decir **como el sistema que representa**.

No se tomara como competencia la rivalidad de los diferentes puestos, ya que solo dos de los puestos existentes, no son respaldados por algún banco, como es el caso de INVESTA* e INVERCASA*; esto implica que para mercadear sus actividades los puestos tengan que recurrir a diferentes estrategias. La estrategia a plantearse perseguirá el vender el funcionamiento del sistema bursátil. Es un importante factor el denotar que hay diferentes títulos negociables, que pueden generar diferentes ingresos para los puestos de Bolsas. El hecho de que existan mayores emisores de títulos Valores, será para la bolsa una ventaja competitiva al momento de ofertar en el mercado.

La estrategia a plantearse, es la “Estrategia de Penetración en el Mercado”; la que consiste en crecer sin salirse de la estrategia producto- mercado original¹¹. En esta estrategia, se actúa con los mismos productos para satisfacer las mismas necesidades, es decir que lo que se pretende es meramente mercadear el funcionamiento de la Bolsa de Valores a sus clientes actuales y buscar nuevos clientes para los productos con que actualmente cuenta. La ventaja de elaborar esta estrategia es que facilita el vender un mercado integrado –sistema bursátil– además de resaltar que la empresa continúa en un campo tecnológico que domina perfectamente, esto permite seguir satisfaciendo las mismas necesidades de los clientes actuales y de los clientes potenciales para el mercado como tal.

Los objetivos del plan de mercadeo estratégico para la Bolsa son:

- a) Vender la Bolsa como un mercado integrado.
- b) Llegar a nuevos clientes potenciales y transformarlos en mayores usuarios activos.

La meta estratégica, es un mayor posicionamiento en el sector privado que permita incrementar las utilidades provenientes de dicho sector hasta un 35% en el primer año de la implementación de este plan.

La estrategia en el plan de mercadeo, como se expresó anteriormente es meramente de Penetración en el Mercado la cual busca fortalecer a los clientes actuales y crecer en clientes potenciales. Pretende además contar con mayores clientes enterados de que existe un mercado alternativo de financiamiento llamado Bolsa de Valores, que ofrece beneficios y la manera para acceder a estos beneficios es contactarse con cualquiera de los puestos de Bolsa autorizados, quienes explicaran al cliente él “como” del mercado bursátil.

¹¹ El producto se refiere a los diferentes títulos negociables que ofrece actualmente el Sistema Bursátil.

VIII. I. II. PASOS ANALÍTICOS DE LA ESTRATEGIA

V. I. II. 1. Definición del Negocio:

- 1) **De acuerdo a su función**, la Bolsa de Valores de Nicaragua es un mercado que se dedica a la compra y venta de Títulos Negociables, registra y autoriza emisiones de Valores que se negocian por medio de los puestos de Bolsas autorizados por la Superintendencia de Bancos. Es una sociedad anónima de carácter privado, supeditada a las regulaciones del gobierno emitidas por los entes que inciden en el sistema bancario, como es el caso de la Superintendencia de Bancos. Se encarga de ofrecer una plataforma eficiente para realizar operaciones en el marco de una economía abierta al exterior.

Satisface la necesidad de comprar y vender títulos negociables que no pueden ser negociados en el mercado financiero regular.

- 2) **Según su tecnología**, la Bolsa es quien desarrolla los mecanismos de negociación de valores, se encarga de supervisar la ejecución de transacciones de valores y así regular el buen fin de las mismas. Para esto consta de un sistema computarizado, el cual es instalado en los puestos de Bolsa para que realicen las transacciones de compra y venta en nombre de sus clientes, lo que permita a la Bolsa de Valores (BVDN) monitorear las transacciones que se están realizando en el momento y poder velar el estricto cumplimiento de las normativas establecidas; además la instalación de dicho sistema tiene un costo U\$ 2,000.00 dólares anuales, si un puesto de bolsa no realiza transacciones o no genera utilidades, se verá reflejado en el sistema y el primer castigo para esta eventualidad es remover el sistema computarizado del puesto de Bolsa.

- 3) **Según su mercado meta**, la Bolsa de Valores no tiene un segmento específico de mercado al cual esta dirigido, ya que es un mercado restringido en ofertar títulos negociables que estén disponibles o emitidos, debido a esta razón el mercado meta es cualquier persona natural o jurídica que tenga la necesidad de negociar¹² o financiarse por medio del sistema bursátil.

La competencia que se le presenta a la Bolsa de Valores de Nicaragua, es que Bolsa extranjeras entren a negociar títulos nacionales, o bien empresas nacionales busquen el apoyo bursátil de bolsas extranjeras o sistemas bancarios extranjeros.

Con estas definiciones del mercado de la bolsa de Valores, se puede ver que su funcionamiento es como el de un sistema, que tiene regulaciones y limitaciones.

VIII. I. II. 2. Análisis Económico del Mercado:

Cada puesto de Bolsa consta de una cartera de clientes, los cuales tienen “cierta fidelidad” con respecto al puesto, al momento de buscar como negociar sus títulos, en esto radica el comportamiento competitivo de los puestos de bolsa con respecto a los otros puestos, lo que representa una competencia directa en lo referente a la agilización de transacciones bursátiles y representa también competencia indirecta de los puestos para la captación de clientes potenciales para su cartera.

Los puestos de Bolsa que tienen una relación bancaria son:

- LAFISE Valores, es el puesto de bolsa del Banco Centroamericano (BANCENTRO).

¹² Compra y venta de títulos Negociables.

- BAC Valores, es el puesto de Bolsa del Banco de América Central (BAC).
- BCD Valores, es el puesto de Bolsa del Banco Caley Dagnall.
- Inversiones de Nicaragua S.A. (INVERNIC), es el puesto de bolsa del Banco de Finanzas (BDF).
- PROVALORES, es el puesto de Bolsa del Banco de la Producción (BANPRO).
- Inversiones Bursátiles Expo (INVEREXPO), es el puesto de Bolsa de Banco Uno.

Los otros dos puestos autorizados como puestos son: INVERCASA* e INVESTA*, no están afiliados a ningún banco. De esta manera, es claro ver la competencia o rivalidad que existe es entre los puestos, ya que los clientes de los bancos buscan negociaciones bursátiles con sus bancos y por ende con sus puestos de comercialización, a diferencia de los puestos “independientes” quienes buscan llegar a los clientes utilizando un mercadeo directo. Esto clarifica el comportamiento competitivo que existe dentro del mercado bursátil.

Con respecto a puntos fuertes y débiles de la economía de la organización, se puede decir que el mercado bursátil es un mercado de movimiento continuo de negociación tal, como se representa en las tablas del Anexo 1. Esto es un punto que denota fuerza con respecto a las transacciones realizadas, de las cuales los puestos generan utilidades sobre comisiones cobradas sobre el 1% de cada transacción realizada y la bolsa genera utilidades sobre 0.25% de comisión sobre las transacciones realizadas anualmente por los 8 puestos existentes. Lo que se podría ver como una debilidad en el mercado es dejar de realizar transacciones y generar utilidades tanto para los puestos como para la bolsa. Otra debilidad de la BVDN, es que el 96% de las operaciones corresponden al sector público y solo un 4% al sector privado, en su mayoría se colocan papeles comerciales y pocas acciones.

Una Barrera que se puede llamar “económica” presentada en el mercado bursátil, es la actitud de los emisores privados no estatales, ya que ellos pueden emitir acciones para ser negociadas en el sistema bursátil y para vender dichas acciones se requiere presentar una serie de requisitos¹³ ante la bolsa de Valores y la Superintendencia de Bancos, uno de ellos es el Estado Financiero de dicho negocio, lo que para muchos representa un gran inconveniente, puesto que su capital de trabajo es meramente familiar y no desean que personas ajenas tengan parte de propiedad o conozcan las finanzas de estos. Carlos Briceño¹⁴ gerente general de BANCETRO, considera para este fin que es importante que las empresas tengan sus estados financieros auditados y luego emitan acciones, ya que esto permitirá a los clientes comprar con confianza basándose en la estabilidad de la empresa. Esto pues afirma que hay barreras que impiden negociaciones y generación de utilidades para los puestos de Bolsa y la Bolsa de Valores como tal.

Ahora bien no hay ventaja competitiva sobre lo anterior mencionado en los puestos, ya que todos presentan la misma barrera.

Los puestos de bolsa jamás se podrán convertir en competencia para la BVDN, ya que esta es quien los regula y vigila en la realización de sus actividades, ellos siempre serán los proveedores del servicio hacia los clientes del sistema bursátil, lo que puede ayudar a crear el concepto de un mercado integrado es propiciar a los puestos las mismas ventajas de mercadotecnia para ofertar sus servicios.

¹³ Los requisitos para registrar un Emisor en la BVDN, son los presentados en las paginas # 23-24 de este estudio monográfico.

¹⁴ Artículo del diario La Prensa, publicado el día Miércoles 28 de Enero del 2004, llamado “Una década de Operaciones Bursátiles”

De acuerdo a Eduardo Montealegre¹⁵ es normal que se presente para los inicios de toda Bolsa una mayoría de títulos transados emitidos por el gobierno, como es el caso de los bonos a través de los cuales el gobierno obtiene fondos y que dentro de un período determinado tiene que pagar, por lo que esta asumiendo deudas.

VIII. I. II. 3. Evaluación de la posición competitiva:

En Nicaragua no existe un sistema que pueda ponerse a la par del sistema bursátil e identificarse como competencia.

Entre los ocho puestos existentes y autorizados por la SIB, cada uno es la competencia del otro. Con respecto a esto según las tablas del Anexo 1, el puesto que presento mayor presencia de transacciones en el Mercado para el año 2003 fue el puesto INVERNIC, quien negocio el 100% de acciones transadas en el mercado para dicho año, el 26.48% de las transacciones en reportos para dicho año, lo que significa que para este año 2004 los otros puestos tienen que buscar como crecer en transacciones a realizar lo que al final del año sé vera reflejado en sus utilidades.

En lo referente a la presencia de los puestos en el mercado presentado al año 2002, el puesto que realizó mayores transacciones fue PROVALORES, quien negocio un 25.18% de los diferentes títulos, una de las transacciones en la cual se destaco el puesto fue en transacciones de mercado secundario donde el 49.33% de las colocaciones fueron efectuadas por dicho puesto.

¹⁵ Ministro de Hacienda y Crédito Público a la fecha de publicación del artículo en la prensa del día Miércoles 28 de Enero del 2004, en el artículo "Una década de Operaciones Bursátiles.

Como el mercado bursátil, es un mercado a la disposición de la oferta y la demanda, él puesto que logra negociar mayores títulos a final del período, es el que representa una ventaja competitiva con respecto a los otros puestos.

Según la opinión del superintendente de Bancos Alfonso Llanes¹⁶ las perspectivas para el año 2004 en el mercado bursátil son muy favorables, ya que se pretende conseguir la aprobación de la Ley Mercado de Capitales, en la cual se plantea la aprobación de negociación de pequeños títulos – en montos- integrando grupos de capitales desde C\$500.00 hacia arriba, ya que actualmente los instrumentos transados son de C\$10,000.00 como mínimo.

Según Carolina Solórzano¹⁷ la BVDN en Nicaragua fue la última en constituirse en Centroamérica y pese a que solo tiene 10 años de existencia y que se maneja en un país donde la situación económica ha estado debajo de los países Centroamericanos, además de que no cuenta con una ley de mercado de Capitales, el volumen de negociación en los últimos tres años es superior a las Bolsas de Honduras, Guatemala y República Dominicana. Este hecho pone a Nicaragua como un país progresando en el mercado bursátil.

El plan de marketing ayudará a los ocho puestos establecidos a conocerse en el ámbito nacional y les proporcionara un punto de partida homogéneo con respecto a los puestos rivales, cabe mencionar que esto solo ayudara en atraer más clientes, dependerá de la audacia de cada uno de los puestos el conseguir transar mayores títulos. El plan de marketing permitirá promover el crecimiento de la bolsa de Valores acaparando mayores clientes.

¹⁶ Artículo de la prensa del día Miércoles 28 de Enero del 2004, en él artículo “Una década de Operaciones Bursátiles

¹⁷ Gerente General de la Bolsa de Valores de Nicaragua, en él artículo “Una década de Operaciones Bursátiles.

VIII. I. II. 4. Análisis del crecimiento del Mercado:

Para plantearse una estrategia, es necesario ver como el mercado ha ido creciendo, que necesidades se han ido dando con el paso del tiempo de parte de los clientes y de la empresa, en este caso la Bolsa de Valores de acuerdo a las tablas presentadas en el Anexo 1, al año 2002 se presentó un total de C\$ 8,611,126,929.37 en valores negociados, a una tasa de cambio oficial del córdoba con respecto al dólar de: 14.3809 y al año 2003 se presentó un total de C\$ 8,435,569,786.69 en valores negociados a una tasa de cambio oficial de 15.1392. El diferencial de un año con respecto a otro, considero que se ha dado por la disposición de títulos a negociar y por la falta de promoción del mercado bursátil; según Alfonso Llanes esta baja en el mercado bursátil se debió a condiciones políticas y no a condiciones adversas al mercado, opina que para el año 2003 el sistema financiero contó con mayores recursos líquidos que incidieron la reducción de tasas de rendimiento y en alzas de los precios de los Certificados Negociables de Inversión y los Bonos de Pago por Indemnización, los que representan los principales instrumentos negociados en la Bolsa.

Según Raúl Lacayo presidente de la Bolsa de Valores, la base de crecimiento de la Bolsa esta ligado a la emisión de documentos de corto plazo y lo que hace un verdadero mercado de capitales, son las transacciones de largo plazo de hasta 30 años a como se da en Valores Negociables en Estados Unidos y a ese tipo de mercado es donde se quiere llegar, por que el sector privado tiene acceso a recursos estables y permite ampliar la capacidad productiva del país.



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de Nicaragua

Se ha avanzado en el mercado en la creación del mecanismo de transacción de los títulos, el desarrollo de los puestos de Bolsa y la instalación de la red de informática. Otro elemento que permitirá crecimiento en el mercado será el funcionamiento de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), cuyos capitales requieren de hacer inversiones en activos para aumentar su rentabilidad en el largo plazo.

El mercado de Valores Nicaragüense, no ha podido expandir sus fronteras de negociación con Bolsas de Valores internacionales, debido a que la mayoría de los títulos negociables son provenientes del estado, los cuales solo se aplican para negociar dentro de la misma economía. Sería una oportunidad para empezar a interactuar con bolsas internacionales el lograr que el sector privado negociara mayores títulos (acciones), lo que generaría grandes beneficios al país, a la bolsa Nacional y al capital extranjero.

VIII .I. III. ESTRATEGIA DE MARKETING

Para realizar una estrategia, es preciso determinar los pasos a seguir, el tiempo de duración de cada paso y lo que se pretende con cada uno de ellos, la estrategia perseguirá:

- A. Introducción del nuevo concepto de Bolsa de Valores
- B. Fomentar la utilización de la BVDN
- C. Fomentar mayores emisiones.

⊕ El primer paso de la estrategia, a seguir para promover o mercadear el funcionamiento de la Bolsa de Valores, es designar una idea de definición del negocio que se oriente al mercado y llegue a la mente de los clientes como una idea diferente de satisfacción ante sus necesidades.

Compañía	Definición orientada al Producto	Definición orientada al Mercado
Bolsa de Valores	Negociamos títulos Valores Por nuestros clientes.	Somos una alternativa de Intermediación Financiera, ayudamos a canalizar el ahorro hacia la inversión pública y privada, y fomentamos la producción y el desarrollo.

Para implementar este nuevo concepto, primero la Bolsa tendrá que discutir el promover este planteamiento para publicitarlo; una vez aprobado por la Bolsa se podría comenzar el proceso de introducción del nuevo concepto por medio de vallas publicitarias, con las que se puede llegar a un amplio segmento de mercado como son las personas naturales y personas jurídicas. Las vallas serán complementadas con anuncios en periódicos, con el propósito de llegar a las diferentes clases sociales.

Esta idea de definición del negocio orientada al mercado, propicia la idea de que es un mercado integrado o mejor dicho un solo mercado, en el cual no se refleja competencia alguna, ya que simplemente se enfoca el giro mercantil de la Bolsa de Valores.

La introducción del nuevo concepto se anunciará en vallas publicitarias, en al menos en 2 diferentes, ubicadas en el centro de Managua, permitiendo sembrar así la inquietud del término de Bolsa de Valores y el logotipo que la representa, este período de introducción del concepto será complementado por anuncios de periódicos con textos complementarios de la idea plasmada en las vallas, en 2 de los diarios de mayor aceptación a nivel nacional; estas actividades se podrán implementar por un período de tres meses, es decir a un corto plazo, con la función única de fomentar la idea de la existencia de la Bolsa y su funcionamiento.

Posteriormente de haber sembrado la inquietud del nuevo término, se implementara anuncios institucionales por televisión por un período de 2 meses con el fin de terminar de vender el concepto de Bolsa de Valores y su funcionamiento.

Esta es una inversión a corto plazo la que dará frutos a largo plazo (el presupuesto para darle trámite a esta idea, se ve en plasmado en el plan de medios).

⊕ El segundo paso de la estrategia será, promover la creación de una cultura de bolsa de Valores dirigida meramente a clientes potenciales de futuro, ayudado del consejo de Universidades y de las universidades existentes en el país, con el fin de anexar a los pensum de educación superior clases que permitan saber el funcionamiento de la Bolsa de Valores y todas las regulaciones que existen del sistema bursátil, esto se deberá comenzar con las carreras de Economía, Finanzas, Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Mercadeo y cualquier otra carrera afín. Esto contribuirá en la creación de una cultura de que existe un mercado alternativo de financiamiento y despertar así en los estudiantes la visión de negociación por este medio alternativo.

Los contenidos que se podrían impartir en dichas carreras en ciertas clases, podrían proporcionarse por la misma bolsa con información de actualidad. Para esta actividad no se incurriría en altos costos ni por parte de la Bolsa, ni de parte de las Universidades, ya que lo que se requiere es meramente una presentación formal de la propuesta a los decanos de las Universidades (ver plan de medios) existentes en el país, para que ellos tomen la decisión del tipo de profesores que pueden ser los candidatos idóneos para impartir estos contenidos; la Bolsa sugerirá profesores con fuertes conocimientos en Economía.

La realización de este segundo paso se puede ver reflejado a un mediano plazo, ya que generalmente las carreras universitarias tienen una duración promedio de 4 a 5 años y se pretende que a la finalización de estas, cada estudiante tenga un mayor dominio del sistema y su funcionamiento.

⊕ Un tercer paso de la estrategia, sería el tratar de incidir en las empresas privadas tanto pequeñas a como en las grandes para generar la confianza de emisión de acciones o títulos negociables, esta actividad puede ser apoyada en la Ley de mercado de Capitales para las negociaciones de pequeños montos, esto

con el fin de que Nicaragua apoye los pasos de un mundo globalizado, como primer objeto y como segundo objeto apoyar el desarrollo en el mercado de capitales. Es necesario para lo antes mencionado crear a nivel nacional una cultura de utilización de la Bolsa de Valores que sea dirigida a potenciales emisores privados de títulos.

¿Cómo crear esta cultura hacia los emisores privados? Las empresas privadas no quieren ceder a emitir acciones por el problema de publicar sus estados financieros y aceptar que su patrimonio familiar sea parte de personas ajenas; con esta actitud se pierde la importante visión de un mundo globalizado, con oportunidades de diversificación y tecnificación por medio de aleaciones estratégicas con compañías internacionales que pueden dejar un alto crecimiento económico tanto al país como a la empresa.

El cómo venderle a las industrias esta inquietud, tiene que darse por medio de seminarios talleres que puedan tener su sede en Universidades, como la UAM que busca contribuir en la economía nacional, a como también en Hoteles Locales; los cursos deberán ser impartidos por funcionarios de bolsas extranjeras y funcionarios del MIFIC teniendo una temática a abordar sobre los beneficios que trae la emisión de acciones tanto para las empresas nacionales como a las internacionales o los posibles compradores y los beneficios para la nación en un mundo de globalización. La ejecución de estos talleres se podrían coordinar anualmente con las cámaras nacionales de comercios, tratando de tener este tipo de actividades en un promedio de cada 4 meses, es decir tres veces al año.

CAMARAS DE COMERCIO EN NICARAGUA:

- AMCHAM, Asociación de Cámaras de Comercio Americanas en Latinoamérica

- FECAMO, Federación de Cámaras de Comercio del Istmo Centroamericano
- Cámara de Industria y Comercio Nicaragüense- Alemana
- COSEP, Consejo superior de la empresa privada

Esta última actividad, pretende complementar la promoción del funcionamiento de la Bolsa de Valores por medio de estímulos hacia las industrias, este paso es para ejecutarse de un mediano plazo a un largo plazo, debido a que el cambio de parecer en las mentes de los propietarios de las industrias es lento, porque la idea que actualmente tienen las empresas (familiares) en sus mentes, es: “la que se corre un riesgo con la negociación abierta, por medio de la Bolsa”.

La propuesta de Estrategia, planteada en este estudio persigue: *Penetrar aun más en el Mercado Nacional* como primer paso, buscar *fortalecer a los clientes actuales y crecer en clientes potenciales*”. Conseguir un mayor público enterado de que existe un mercado alternativo de financiamiento llamado Bolsa de Valores que ofrece beneficios, explicar cual es la manera para acceder a estos beneficios sería la parte de trabajo que los puestos de Bolsa autorizados tendrían llevar, que explicarían “como hacer uso de sus títulos negociables y en qué” por medio del mercado bursátil, lo que se conseguirá con publicidad por medio de periódicos, vallas y anuncios televisivos.

El presupuesto, para publicitar a la Bolsa provendrá de un porcentaje cobrado a los ocho puestos de manera equitativa acorde con las utilidades presentadas el último año de negociaciones 2003¹⁸ de cada puesto, estos porcentajes podrán variar según utilidades cobrado a los ochos puestos de bolsa existentes y de la Bolsa de Valores. (Ver Plan de Medios).

¹⁸ Tomando las utilidades vistas en los cuadros del anexo 1.

La tarea de mercadear el funcionamiento de la Bolsa de Valores, va a ser una tarea conjunta de trabajo en equipo proveniente del sistema bursátil, para empezar desde adentro lo que es un sistema integrado.

Las estrategias de marketing sintetizadas, son presentadas en el cuadro a continuación, con el fin de dar al estudio un mejor entendimiento de lo que se pretende lograr.

ESTRATEGIA DE MARKETIN BOLSA DE VALORES DE NICARAGUA		
CORTO PLAZO DE LA ESTRATEGIA		
Paso A	Medios Publicitarios	Duración
Introducir un concepto de Bolsa de Valores dirigido al mercado.	Vallas publicitarias	
	Periódicos	3 meses
	Televisión	2 meses
MEDIANO PLAZO DE LA ESTRATEGIA		
Paso B	Medios	Duración
Fomentar la utilización del mercado.	Convenios con el consejo de Universidades	Indeterminado
	Convenio con las Universidades	Indeterminado
LARGO PLAZO DE LA ESTRATEGIA		
Paso C	Medios	Duración
Fomentar la emisión de nuevos títulos.	Seminarios taller	Trimestralmente
	Publicitados por periodicos y la pagina web de la bolsa.	2 semanas antes de los cursos

VIII. I. IV. PLAN DE MEDIOS DE PUBLICIDAD

Realizar un plan de medios como parte de un plan estratégico de mercadeo, cumple con los objetivos de llegar a los diferentes segmentos de mercado, con el propósito de cumplir los objetivos de la estrategia por medios visuales y audiovisuales para proyectar lo que se quiere vender.

Para publicitar el mercado de valores y acaparar clientes potenciales se utilizarán medios publicitarios, los cuales son:

- ✦ Valla publicitarias
- ✦ Diarios o periódicos
- ✦ Televisión

El presupuesto para realizar las actividades publicitarias de los pasos “A” y “C”, es del 18.4% \cong 18% sobre las utilidades presentadas para la bolsa al final del periodo de 2003 monto que asciende a C\$1,550,336.10. La implementación del plan de medios será por el método del Objetivo y la Tarea, que consiste en basarse en lo que se quiere lograr con la promoción.

Se debe tener presente, que el objetivo es ayudar a la Bolsa de Valores a mercadear su funcionamiento y venderla como un mercado integrado. La fuente de la cual se obtendrán los fondos para invertir en la promoción de la Bolsa, es procedente de un porcentaje equitativo en base a las utilidades presentadas por cada puesto al finalizar el ejercicio del 2003, que se cobraría a los puestos de Bolsa y la Bolsa de Valores.

Costos Resumidos de Publicidad			
Detalle		Costes	Total
Total en Vallas		C\$ 612,160.00	
Total en diarios		C\$ 18,368.10	
Total en television		C\$ 919,808.00	
Total en Publicidad			C\$ 1,550,336.10
Costos cordobizados			

Utilidad del periodo 2003	Porcentaje de utilidades presentado por puesto	Utilidades generadas por puestos	Puestos de Bolsa
	20.09%	\$16,947.06	BAC VALORES
	9.14%	\$7,710.11	BCD VALORES
	5.15%	\$4,344.32	INVERCASA
	1.8%	\$1,526.84	INVEREXPO
	23.9%	\$20,135.70	INVERNIC
	5.58%	\$4,707.05	INVESTA
	22.92%	\$19,334.33	LAFISE
	11.41%	\$9,624.99	PROVALORES
\$8,435,569.69	100.0%	\$84,330.39	

Costos de Publicidad por medio de Vallas: Las impresiones de las vallas publicitarias, se realizaran a una cara, para mejores efectos visuales de presentación. (Ver Anexo 2).

Para una Valla de tamaño 14 x 48 pies se obtienen costos, incluyendo impuestos de:

Rótulos Unipolares Costos por Valla publicitaria			
Descripción	Alquiler mensual	Alquiler Anual	Total a pagar
14 X 48 pies	\$1,350.00	\$16,200.00	
IVA 15%	\$202.50	\$2,430.00	
Gastos de Alquiler de Terreno e impuestos de alcaldías		\$500.00	
Por una Valla			\$19,130.00
Por dos Vallas			\$38,260.00
*A una tasa de cambio del dólar con respecto al córdobas del 16% Significa que en córdobas el costo de una valla es de C\$ 306,080.00			

La contribución de los puestos es acorde al porcentaje presentado de utilidades al período 2003, sobre la base del 15% designado para la publicidad			
Contribución de puestos y Bolsa			
Puesto	Porcentaje de aporte	Total en Dólares	Total en córdobas
INVERCASA	4.00%	\$1,530.40	C\$ 24,486.40
INVEREXPO	2.00%	\$765.20	C\$ 12,243.20
BAC VALORES	20.00%	\$7,652.00	C\$ 122,432.00
LA FISE VALORES	22.00%	\$8,417.20	C\$ 134,675.20
INVERNIC	23.00%	\$8,799.80	C\$ 140,796.80
INVESTA	4.00%	\$1,530.40	C\$ 24,486.40
PROVALORES	11.00%	\$4,208.60	C\$ 67,337.60
BCD VALORES	9.00%	\$3,443.40	C\$ 55,094.40
BOLSA	5.00%	\$1,913.00	C\$ 30,608.00
Total	100.00%	\$38,260.00	C\$ 612,160.00
* Estos costos deberán incluirse en el presupuesto anual de cada puesto y de la bolsa, designarlos para gastos de publicidad			

Costos de Publicidad por medio de periódicos: Se utilizarán los periódicos de mayor circulación, los que actualmente son: **La Prensa y El Nuevo Diario**. El anuncio a presentar para vender el nuevo concepto, será el mismo en los 2 diarios; para la introducción del nuevo concepto, la publicidad por el periódico consistirá en la aparición del logotipo de la Bolsa, el nuevo concepto de introducción al mercado y en la parte inferior los puestos y sus respectivos teléfonos (Ver Anexo 2).

El anuncio de propaganda de los seminarios o talleres será difundido por este medio también, como es la actividad de largo plazo los costos no se tomarán para el primer año de acción, sino que para el segundo año.

Por tres meses se promocionará el anuncio de introducción al mercado del nuevo concepto, lo que incurre en los siguientes costos, incluyendo impuestos:

Publicidad por el Diario la Prensa			
Tarifa por columna unitaria	tamaño columnar (3X3)	1 vez al mes	Total de la publicidad (3 meses)
\$28.00	9	\$252.00	\$756.00
*A una tasa de cambio del dólar con respecto al córdobas del 16%			
Significa que en C\$12,096.00			

Contribución por puesto y Bolsa					
Puesto de Bolsa	Porcentaje de aporte	Total en dolares por mes	Total en dolares por 3 meses	Total en córdobas por mes	Total en córdobas por 3 meses
INVERCASA	5.15%	\$12.98	\$38.93	C\$ 207.65	C\$ 622.94
INVEREXPO	1.81%	\$4.56	\$13.68	C\$ 72.98	C\$ 218.94
BAC VALORES	20.09%	\$50.63	\$151.88	C\$ 810.03	C\$ 2,430.09
LA FISE VALORES	22.92%	\$57.76	\$173.28	C\$ 924.13	C\$ 2,772.40
INVERNIC	23.87%	\$60.15	\$180.46	C\$ 962.44	C\$ 2,887.32
INVESTA	5.58%	\$14.06	\$42.18	C\$ 224.99	C\$ 674.96
PROVALORES	11.41%	\$28.75	\$86.26	C\$ 460.05	C\$ 1,380.15
BCD VALORES	9.14%	\$23.03	\$69.10	C\$ 368.52	C\$ 1,105.57
BOLSA	0.03%	\$0.08	\$0.23	C\$ 1.21	C\$ 3.63
Total	100.00%	\$252.00	\$756.00	C\$ 4,032.00	C\$ 12,096.00

* Publicidad de nuevo concepto de Bolsa de Valores, ubicada en Negocios y Economía . *Tarifa de precios con 2 colores

Costos publicitarios del Nuevo Diario, para la introducción del nuevo concepto, que se implementara unas veces al mes por un periodo de tres meses:

Publicidad por El Nuevo Diario					
Tarifa por columna unitaria	tamaño columnar (3X3)	1 vez al mes	Impuesto I.V.A 15%	Total al mes	Total de la publicidad (3 meses)
C\$ 202.00	9	C\$ 1,818.00	C\$ 272.70	C\$ 2,090.70	C\$ 6,272.10

Contribución por puesto y Bolsa					
Puesto	Porcentaje de aporte	Total en cordobas por mes	Total de impuestos	Total al mes	Total de la publicidad (3 meses)
INVERCASA	5.15%	C\$ 93.63	C\$ 14.04	C\$ 107.67	C\$ 323.01
INVEREXPO	1.81%	C\$ 32.91	C\$ 4.94	C\$ 37.84	C\$ 113.53
BAC VALORES	20.09%	C\$ 365.24	C\$ 54.79	C\$ 420.02	C\$ 1,260.06
LA FISE VALORES	22.92%	C\$ 416.69	C\$ 62.50	C\$ 479.19	C\$ 1,437.57
INVERNIC	23.87%	C\$ 433.96	C\$ 65.09	C\$ 499.05	C\$ 1,497.15
INVESTA	5.58%	C\$ 101.44	C\$ 15.22	C\$ 116.66	C\$ 349.98
PROVALORES	11.41%	C\$ 207.43	C\$ 31.12	C\$ 238.55	C\$ 715.65
BCD VALORES	9.14%	C\$ 166.17	C\$ 24.92	C\$ 191.09	C\$ 573.27
BOLSA	0.03%	C\$ 0.55	C\$ 0.08	C\$ 0.63	C\$ 1.88
	100.00%	C\$ 1,818.00	C\$ 272.70	C\$ 2,090.70	C\$ 6,272.10

* Publicidad de nuevo concepto de Bolsa de Valores, ubicada en Negocios y Economía . *Tarifa de precios con 2 colores. Los puestos ya llevan incluido los impuestos a pagar. De acuerdo al Nuevo Diario las tarifas pueden variar.

Costes de Publicidad por medio de Televisión, El anuncio de televisión será transmitido por dos canales nacionales que tengan mayor audiencia y según encuesta de los medios publicitarios, los de mayor audiencia son: el canal 2 y el canal 10. Se realizará este anuncio por dos meses no consecutivos, para poder analizar los efectos de la campaña. A continuación se presentan los costos:

Anuncio de Televisión			
Canal 2			
Espacio AAA			
Duración	Costos por trasmisión diaria	Costos por trasmisión mensual	2 meses de trasmisión
40 segundos	\$904.00	\$18,080.00	\$36,160.00
	(22.6 Días)	20 días del mes	40 días hábiles
* Estos costos incluyen I.V.A. Estos costos estan a una tasa de cambio del dólar respecto al cordoba de 16%, que significa que es cordobas es un monto de C\$ 578,560.00			

Contribución por puesto y Bolsa					
Puesto	Porcentaje de aporte	Costo de duracion del anuncio diario en \$	Costo mensual	Costo de duracion del anuncio diario en C\$	Costo mensual
INVERCASA	5.15%	\$931.12	\$1,862.24	\$14,897.92	\$29,795.84
INVEREXPO	1.81%	\$327.25	\$654.50	\$5,235.97	\$10,471.94
BAC VALORES	20.09%	\$3,632.27	\$7,264.54	\$58,116.35	\$116,232.70
LA FISE VALORES	22.92%	\$4,143.94	\$8,287.87	\$66,302.98	\$132,605.95
INVERNIC	23.87%	\$4,315.70	\$8,631.39	\$69,051.14	\$138,102.27
INVESTA	5.58%	\$1,008.86	\$2,017.73	\$16,141.82	\$32,283.65
PROVALORES	11.41%	\$2,062.93	\$4,125.86	\$33,006.85	\$66,013.70
BCD VALORES	9.14%	\$1,652.51	\$3,305.02	\$26,440.19	\$52,880.38
BOLSA	0.03%	\$5.42	\$10.85	\$86.78	\$173.57
Totales	100.00%	\$18,080.00	\$36,160.00	\$289,280.00	\$578,560.00

El anuncio de promoción para la Bolsa será transmitido también por el canal 10.

Contribución por puesto y Bolsa					
Puesto	Porcentaje de aporte	Costo de duracion del anuncio diario en \$	Costo mensual	Costo de duracion del anuncio diario en C\$	Costo mensual
INVERCASA	5.15%	\$549.20	\$1,098.39	C\$ 8,787.14	C\$ 17,574.27
INVEREXPO	1.81%	\$193.02	\$386.04	C\$ 3,088.29	C\$ 6,176.59
BAC VALORES	20.09%	\$2,142.40	\$4,284.80	C\$ 34,278.36	C\$ 68,556.72
LA FISE VALORES	22.92%	\$2,444.19	\$4,888.38	C\$ 39,107.02	C\$ 78,214.04
INVERNIC	23.87%	\$2,545.50	\$5,090.99	C\$ 40,727.95	C\$ 81,455.90
INVESTA	5.58%	\$595.05	\$1,190.10	C\$ 9,520.82	C\$ 19,041.64
PROVALORES	11.41%	\$1,216.76	\$2,433.52	C\$ 19,468.20	C\$ 38,936.40
BCD VALORES	9.14%	\$974.69	\$1,949.38	C\$ 15,595.03	C\$ 31,190.07
BOLSA	0.03%	\$3.20	\$6.40	C\$ 51.19	C\$ 102.37
Total	100.00%	\$10,664.00	\$21,328.00	C\$ 170,624.00	C\$ 341,248.00

Después de analizar los resultados presentados por la campaña de corto y mediano plazo, se procederá a buscar la implementación de los seminarios talleres (en un segundo año de ejecución del plan); el costo de la propaganda de los seminarios talleres, puede tender a variar en caso de que los diarios por donde se haría dicha propaganda así lo deseen. Estos costos están de acuerdo a un plan de presentaciones cada cuatro meses, es decir 3 veces por año.

La publicidad de los seminarios talleres, tiene un costo aproximado que asciende a C\$ 53,653.50.

Los costes de propaganda en el diario la Prensa son:

Publicidad por el Diario la Prensa			
Tarifa por columna unitaria	tamaño columnar (5X3)	Duración de 3 Días	Cada 4 meses
\$20.00	15	\$900.00	\$2,700.00

Contribución por puesto y Bolsa					
Puesto	Aporte del Puesto	Costo de duracion del anuncio en \$	Costo Anual	Costo de duracion del anuncio en C\$	Costo Anual
INVERCASA	5.15%	\$46.35	\$139.05	C\$ 741.60	C\$ 2,224.80
INVEREXPO	1.81%	\$16.29	\$48.87	C\$ 260.64	C\$ 781.92
BAC VALORES	20.09%	\$180.81	\$542.43	C\$ 2,892.96	C\$ 8,678.88
LA FISE VALORES	22.92%	\$206.28	\$618.84	C\$ 3,300.48	C\$ 9,901.44
INVERNIC	23.87%	\$214.83	\$644.49	C\$ 3,437.28	C\$ 10,311.84
INVESTA	5.58%	\$50.22	\$150.66	C\$ 803.52	C\$ 2,410.56
PROVALORES	11.41%	\$102.69	\$308.07	C\$ 1,643.04	C\$ 4,929.12
BCD VALORES	9.14%	\$82.26	\$246.78	C\$ 1,316.16	C\$ 3,948.48
BOLSA	0.03%	\$0.27	\$0.81	C\$ 4.32	C\$ 12.96
Totales	100.00%	\$900.00	\$2,700.00	C\$ 14,400.00	C\$ 43,200.00

*Costos aproximados de los anuncio que promoveran los talleres y seminarios

El costo de la propaganda en el Nuevo Diario de los seminarios talleres, están acorde a presentaciones también cada cuatro meses, es decir 3 veces por año, al mismo tiempo que se lleve a cabo la propaganda en el diario la Prensa; los costos para los puestos llevan incluidos los impuestos:

Publicidad por El Nuevo Diario					
Tarifa por columna unitaria	tamaño columnar (5X3)	Duracion de 3 Dias	Impuesto I.V.A 15%	Total al mes	Cada 4 meses
C\$ 202.00	15	C\$ 3,030.00	C\$ 454.50	C\$ 3,484.50	C\$ 10,453.50

Contribución por puesto y Bolsa				
Puesto	Aporte del Puesto	Costo de duracion del anuncio	Impuestos I.V.A	Costo Anual
INVERCASA	5.15%	C\$ 156.05	C\$ 23.41	C\$ 538.36
INVEREXPO	1.81%	C\$ 54.84	C\$ 8.23	C\$ 189.21
BAC VALORES	20.09%	C\$ 608.73	C\$ 91.31	C\$ 2,100.11
LA FISE VALORES	22.92%	C\$ 694.48	C\$ 104.17	C\$ 2,395.94
INVERNIC	23.87%	C\$ 723.26	C\$ 108.49	C\$ 2,495.25
INVESTA	5.58%	C\$ 169.07	C\$ 25.36	C\$ 583.31
PROVALORES	11.41%	C\$ 345.72	C\$ 51.86	C\$ 1,192.74
BCD VALORES	9.14%	C\$ 276.94	C\$ 41.54	C\$ 955.45
BOLSA	0.03%	C\$ 0.91	C\$ 0.14	C\$ 3.14
Totales	100.00%	C\$ 3,030.00	C\$ 454.50	C\$ 10,453.50

*Costos aproximados de los anuncio que promoveran los talleres y seminarios. Estas tarifas de acuerdo al Nuevo Diario, pueden variar.



*Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de
Nicaragua*

Los costos estimados para la actividad “B” serán aproximadamente de US\$5,000.00 dólares, que serán designados a pagos de un Hotel para realizar un almuerzo ejecutivo con los decanos de todas las universidades existentes en el país; estos serán convocados por medio de cartas y se les solicitara la previa confirmación de su presencia. Estos costos serán cubiertos en su totalidad por la Bolsa, quien se encargara de invitar a personas representantes de los 8 puestos de Bolsas.

Este tipo de almuerzos se podrá implementar en el primer año de ejecución de las estrategias, durante los inicios del segundo semestre; con dos cesiones únicamente.

ANEXOS



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

ANEXOS 1



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

ANEXOS 2

Anuncio de Vallas Publicitaria: Ubicadas en 2 diferentes puntos del centro de Managua:








Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

Anuncio para los periódicos: Prensa y Nueva Diario; tamaño columnar propuesto 3 x 3.

"INVIERTA Y GANE DINERO"





**Bolsa de Valores
de Nicaragua**

Somos una alternativa de Intermediación Financiera, ayudamos a canalizar el ahorro hacia la inversión pública y privada y fomentar el Desarrollo y la Producción.

<p>LAFISE Valores Telf: 278-7140</p>	<p>BCD Valores Telf: 268-4798</p>	<p>BAC Valores Telf: 270-2722</p>
<p>INVERNIC Telf: 228-1223</p>	<p>INVEREXPO Telf: 254-4839</p>	<p>INVESTA Telf: 278-6333</p>
<p>INVERCASA Telf: 277-1212</p>	<p>PROVALORES Telf: 277-4144</p>	



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

Story Boar televisivo, será transmitido en los canales 2 y 10 Nicaragüenses:

Primera Toma:
Toma primer plano
de
un ejecutivo en su
escritorio trabajando



Expresa: “es importante para
nosotros”
Duración 5 seg.

Segunda Toma:
Toma de Paneo
La cámara sigue al
ejecutivo
Quien se levanta de su
escritorio y se dirige al
escritorio de otro
ejecutivo.



Ayudar a canalizar el ahorro hacia la
inversión pública y privada.
Duración 15 seg.

Tercera Toma:
Plano Francés
Ejecutivo recibe el
Documento y se
enfoca en el.



“Fomentar el desarrollo y la
producción”
Duración 8 seg.

Cuarta Toma:
Toma en Primer Plano
Se enfoca a los ejecutivos
Y el primer ejecutivo
exclama:



Porque somos una alternativa de
intermediación financiera.
Duración 4 seg.

Quinta Toma:
A un primer plano, con
una edicion de
disolucion aparece el
logotipo de la Bolsa de
Valores



ANEXOS 3

REGLAMENTO GENERAL SOBRE BOLSAS DE VALORES

DECRETO No. 33-93

El Presidente de la República de Nicaragua,

Considerando

I

Que es interés del gobierno de Nicaragua complementar el desarrollo y modernización del mercado financiero con la emisión de la normativa reglamentaria que permita el desarrollo del Mercado de Valores mediante la autorización de Bolsas de Valores.

II

Que por medio de la autorización de Bolsas de Valores se facilita el desarrollo de mecanismos eficientes y transparentes de intermediación para estimular y dar dinamismo al ahorro y la inversión productiva en beneficio de los sectores productivos y sociales del país.

III

Que las bolsas de Valores constituyen un elemento fundamental para apoyar el proceso de valoración de las empresas en proceso de Privatización y dar liquidez a los Bonos de Compensación y otros emitidos por el gobierno y Banco central en apoyo a la Política de Estabilización Monetaria del país.

IV

Que la Ley General de Bancos y de Otras Instituciones publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 102 del 10 de mayo de 1963, en el Capítulo 2 del Título IV establece la figura denominada Bolsa de Valores.

V

Que la Ley No. 125 del 21 de marzo de 1991, incluye las Bolsas de Valores entre las Instituciones que la Superintendencia de Bancos tiene a su cargo autorizar, supervisar, vigilar y fiscalizar su funcionamiento.

VI

Que dichas leyes referentes a las Bolsas de Valores están necesitadas de reglamentación como único requisito previo a la posibilidad de autorización de las mismas y su funcionamiento dentro del país.

Por Tanto:

En uso de las facultades que le confiere el Inciso 10 del Artículo 150 de la Constitución Política,

Ha dictado:

El siguiente Decreto de:

REGLAMENTO GENERAL SOBRE BOLSAS DE VALORES

DISPOSICIONES PRELIMINARES

CAPITULO I.

Arto. 1.- El presente reglamento tiene por finalidad normar la intermediación de todos los valores transferibles que se realizarían a través de las Bolsas de Valores, Puestos de Bolsas y Agentes de Bolsas.

Dichos valores transferibles lo constituyen todos aquellos que otorguen a sus titulares derechos de crédito, de propiedad o de participación en el capital de las personas jurídicas, públicas o privadas, tales como acciones, bonos, derechos de suscripción preferentes, opciones sobre acciones, valores de corto plazo, planes de ahorro, cuotas de fondos mutuos, cuotas de fondos de inversión y otras transacciones de valores que tengan origen en ofertas financieras a través de la intermediación de una Bolsa de Valores.

La Superintendencia de Bancos fiscalizará el cumplimiento de las disposiciones de este Reglamento, a fin de adoptar las medidas necesarias para resguardar los intereses de los inversionistas de títulos valores sujetos a este Reglamento, y para asegurar el acceso al público a la información acerca de los valores negociados y los emisores; todo lo anterior dentro de un marco general de protección a los inversionistas que tienda a crear un ambiente de confianza en el mercado de capitales.

Arto. 2.- Se entiende por oferta de valores a través de Bolsa, la invitación efectuada mediante la utilización de cualquier medio de publicidad, difusión correspondencia dirigida al público en general o determinados sectores, con el objeto de realizar cualquier acto jurídico destinado a colocar nuevos valores mobiliarios en el público o a negociar los que estén en circulación.

Para efectos de este Reglamento, constituye oferta pública la negociación que se efectúa en las ruedas de bolsa y en los demás mecanismos centralizados de negociación bajo los respectivos reglamentos y con observancia de los requisitos de información y transparencia, entendiéndose por rueda de Bolsa la sesión en la cual los Agentes de Bolsa, con exclusión de cualquier otra persona realizan los valores, objetos de transacción en Bolsa.

Asimismo, se considera intermediación de valores a la realización habitual por cuenta ajena, de operaciones de compra, venta, colocación, distribución, comisión o negociación de valores que son objeto de oferta pública a través del mecanismo de Bolsas.

Arto. 3.- Sé prohíbe hacer oferta de valores a través del mecanismo de Bolsas, si éstos no han sido de previo autorizados en la Superintendencia de Bancos, así como sus emisores, en los registros que se refieren los artículos 23, 24, 25, 26 y siguientes de este Reglamento.

Los valores emitidos por el Estado, sus entes autónomos y el Banco Central, deberán considerarse inscribibles de oficio.

Arto. 4.- Las personas que se propongan emitir valores que han de ser objeto de oferta utilizando la intermediación de una Bolsa de Valores deberán comunicar por escrito su determinación a la Superintendencia a través de la Bolsa respectiva con el contenido que se establece en el Arto. 25 del presente Reglamento.

La emisión de valores por el Estado, sus Entes Autónomos y Banco Central, así como los requisitos para la inscripción de ellos en el Registro correspondiente, se sujetarán a las disposiciones que contenga la respectiva norma legal facultativa.

CAPITULO II

DE LAS BOLSAS DE VALORES

Arto. 5.- Toda sociedad que se organice en el país como Bolsa, deberá de constituirse y funcionar previa autorización de la Superintendencia de Bancos, como Sociedad Anónima de acuerdo al presente Reglamento, el Código de Comercio, la Ley General de Bancos y Otras Instituciones, Ley 125 y demás leyes que le sean aplicables.

Las Bolsas no podrán constituirse con menos de diez socios y su objeto social deberá de tener como finalidad única el ejercicio de la actividad bursátil y propiciar la realización eficaz de transacciones de valores.

Arto. 6.- Las bolsas deberán tener como Capital social Mínimo el establecido por el Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos, representado por acciones comunes nominativas, el cual deberá estar totalmente pagado en los términos del artículo 9 de la Ley General de Bancos y Otras Instituciones y el artículo 18 del Reglamento de la Ley 125 de Creación de la Superintendencia.

Arto. 7.- Las personas que tengan interés en establecer una Bolsa de Valores, deberán presentar la solicitud a la Superintendencia de Bancos, mencionando los nombres, apellidos, razón social, domicilio, profesión y nacionalidad de los Organizadores y acompañando los siguientes documentos:

a) El Proyecto de Escritura de Constitución, Estatutos y Reglamento interno. En caso de que la sociedad se estuviere organizando por suscripción pública, copia del programa a que se refieren los Artículo 217 y 218 del Código de Comercio; y

b) Una exposición de las razones que justifiquen desde el punto de vista económico su establecimiento.

La Superintendencia podrá, si lo estimare conveniente solicitar cualquier información de relevancia adicional.

Arto. 8.- Los trámites y plazos, para la aprobación y autorización de las Bolsas de Valores serán los señalados para la autorización de los Bancos, de conformidad con lo establecido en la Ley General de Bancos, la Ley de Creación de la Superintendencia y su Reglamento.

Arto. 9.- Las Bolsas serán administradas por un Directorio no inferior a cinco (5) Miembros y tendrán las siguientes funciones generales:

a) Reguladoras: le corresponderá previa autorización de la Superintendencia de Bancos dictar y modificar el reglamento interno de las Bolsas. Asimismo podrá dictar normas generales internas para la organización del mercado bursátil, la administración de la Bolsa, los intermediarios y emisores, procurando en todo momento que los mecanismos de transacción aseguren la existencia de un mercado transparente competitivo y ordenado.

b) Fiscalizadoras: corresponderá al Directorio velar porque el desarrollo de las operaciones que se realicen en ella sé de estricto cumplimiento a los preceptos legales, y sus normas reglamentarias.

c) Disciplinarias: corresponderá al Directorio la aplicación a los Puestos de Bolsa, Agentes de Bolsa y a su propio personal, las medidas disciplinarias establecidas en sus estatutos y reglamentos.

Ello sin perjuicio de la delegación de facultades que se pueda hacer a los Directores de turno, Gerente General y otros empleados para aplicar o proponer sanciones en las sesiones de ruedas, remates y otras con acuerdo a lo dispuesto en sus normas internas.

El Directorio, cuando el caso o situación lo amerite, podrá suspender las funciones de un intermediario, debiendo informar tal hecho a la Superintendencia, exponiendo los fundamentos en que se basó para tal decisión.

d) Administrativas: Le corresponderá designar un Gerente General y demás Ejecutivos Superiores a quienes les podrán delegar facultades específicas de acuerdo con el reglamento de la Bolsa. Asimismo, el directorio deberá definir políticas y velar por su cumplimiento para el funcionamiento eficiente de la entidad.

Entiéndase por intermediarios a los puestos de Bolsa y los Agentes de Bolsa, debidamente autorizados.

Arto. 10.- Para iniciar operaciones, toda Bolsa de Valores deberá acreditar a satisfacción de la Superintendencia de Bancos lo siguiente:

- a) Tener pagado totalmente en dinero en efectivo su capital social mínimo y depositado a la vista en el Banco Central de Nicaragua el 80% de éste.
- b) Haber publicado en La Gaceta, Diario Oficial, la Certificación de Resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos, por la cual se autoriza la constitución de la Bolsa.
- c) Acompañar el original y copia del Testimonio de la Escritura Social y Estatutos debidamente inscritos en los registros competentes, de una copia del balance General de Apertura y de certificación de los nombramientos de los directores para el primer período y del Gerente General o principal ejecutivo.
- d) Haber sido aprobado por la Superintendencia de Bancos el Reglamentos Interno de la Bolsa.
- e) Tener la organización, medios y procedimientos para asegurar un mercado que permita a los inversionistas la buena ejecución de sus órdenes e instrucciones.
- f) Llevar los libros y registros para lo cual deberán estar a la completa disposición de la Superintendencia de Bancos.
- g) Disponer de instalaciones y sistemas que permitan el encuentro ordenado de las ofertas y demandas de compra y venta de valores y la ejecución de las transacciones correspondientes.

Arto. 11.- El Reglamento Interno que dicten las Bolsas deberá contener los siguientes requisitos mínimos:

- a) Sobre los derechos y obligaciones de los Puestos de Bolsa y los Agentes de Bolsa respecto a las operaciones en que intervienen.
- b) Funcionamiento de las Ruedas de bolsa de manera que se garantice mercados justos un adecuado cumplimiento de las órdenes.
- c) Sobre regulaciones que tiendan a promover principios justos en las transacciones de Bolsa, y a proteger a los inversionistas de fraudes y otras prácticas ilegítimas.
- d) Sobre procedimientos uniformes por los cuales los Directores, Funcionarios y Empleados de ésta puedan ser sancionados en caso que hayan incurrido en infracción al presente Reglamento, normas complementarias dictadas por la Superintendencia de Bancos y las normas internas de la bolsa.
- e) Normas que propicien el libre acceso de los Intermediarios a la Bolsa.
- f) Normas sobre la liquidación de las operaciones en bolsa y los contratos de Bolsa.
- g) Procedimientos para otorgar las concesiones de Puestos de Bolsa.

Arto. 12.- Son inhábiles para ser Directores de Bolsa:

- a) Los menores de veintiún años.
- b) Los Funcionarios y Empleados de Bancos y otras Instituciones Financieras.
- c) Los insolventes o quebrados, mientras no hayan sido rehabilitados. Los que hubieren sido calificados judicialmente como responsables de una quiebra culpable o fraudulenta.
- d) Los deudores que tuvieren juicio ejecutivo pendiente con entidades supervisadas por la Superintendencia.
- e) Aquellos contra quienes se hubiere dictado auto de prisión, por imputárseles delitos contra la propiedad o que impliquen falta de probidad.
- f) Quienes hayan sido sancionados por la Superintendencia por faltas penadas con suspensión o revocación de la autorización concedida en cualquiera de las actividades reguladas por ella.
- g) Los directores, Funcionarios y empleados de otras Bolsas o de la Superintendencia de Bancos.
- h) Los que por cualquier causa sean legalmente incapaces.

CAPITULO III

DE LOS PUESTOS DE BOLSA

Arto. 13.- Por Puesto de Bolsa se entiende la persona jurídica constituida como sociedad anónima cuyo objeto social es la intermediación de valores en el ámbito bursátil. Operarán a través de concesiones otorgadas por la bolsa, previo registro en la Superintendencia de Bancos. Podrán negociar por cuenta propia con las limitaciones que le señale el Reglamento Interno de la Bolsa.

Sólo las sociedades mercantiles constituidas exclusivamente para ello, podrán ser concesionarios de un puesto de Bolsa.

La Bolsa no podrá conceder más de un Puesto de Bolsa a una misma sociedad.

Ninguna entidad podrá utilizar la denominación de Puesto de Bolsa u otra análoga o anunciarse como tal, sin haber satisfecho lo expresado anteriormente.

Arto. 14.- La concesión de un Puesto de Bolsa, se hará mediante contrato en el cual se deberán establecer los derechos, obligaciones, prohibiciones y demás estipulaciones que el Reglamento Interno de la Bolsa indique.

Arto. 15.- El Puesto de Bolsa debe operar necesaria y obligatoriamente por medio de Agentes de Bolsa debidamente autorizados, quienes serán sus representantes por el simple hecho del nombramiento, con las facultades para obligarlos en cualquiera de las

actividades de intermediación bursátil autorizadas en las Leyes y Reglamentos respectivos.

Arto. 16.- La sociedad autorizada para operar un Puesto de Bolsa tendrá, además de las obligaciones establecidas en el Reglamento Interno, las siguientes:

- a) Rendir la fianza o garantía conforme a los términos establecidos en los Artículos 18 y 19 subsiguientes.
- b) Proporcionar a la Bolsa y a la Superintendencia de Bancos dentro de los tres meses siguientes al cierre del año fiscal, su balance de ejercicio y estados anexos, debidamente aprobados por el órgano social competente, auditados por Contador Público Autorizado.
- c) Llevar los Registros que sean necesarios en los que anotará con claridad y exactitud las operaciones que efectúe, con expresión de cantidades y precios; nombre de los contratantes y todo otro detalle que permita un conocimiento cabal de cada negocio, de conformidad con las disposiciones que para tal efecto dicte la Bolsa.
- d) Publicar diariamente los valores ofertados y demandados en la Rueda de Bolsa, sus montos, y sus cotizaciones.
- e) Entregar a su cliente una copia de los contratos por cada negociación en que intervino.
- f) Cuando así lo solicite su cliente, entregarle certificaciones de los registros relativos a los contratos que éste haya celebrado por su medio.
- g) Cumplir los requisitos contenidos en los acápites b y c del Arto. 20 del presente Reglamento.

Arto. 17.- La Bolsa podrá amonestar, multar, suspender o cancelar la concesión de un Puesto de Bolsa, sin indemnización alguna para la sociedad que opere el Puesto, en cualquier tiempo en que ésta deje de satisfacer los requisitos a que se refiere el Artículo anterior, o cuando viole las regulaciones establecidas en el Reglamento Interno y el Contrato de Concesión. De todo lo anterior deberá informar a la Superintendencia de Bancos.

En caso de que la Bolsa de Valores suspenda o cancele un Puesto de Bolsa, el Puesto podrá comparecer ante la bolsa de Valores respectiva, mediante recurso de revisión, que deberá interponerse en los tres días hábiles siguientes a la comunicación del acuerdo de Junta Directiva.

La Bolsa deberá pronunciarse dentro de los 10 días laborables siguientes al recibo del recurso. Su silencio se entenderá como denegatorio del mismo. Confirmada la negatoria, se admitirá la apelación ante la Superintendencia de Bancos, que oír al recurrente por un plazo mínimo de 5 días y que deberá pronunciarse dentro del mes siguiente. La resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos agota la vía

administrativa. Si no dictare resolución en ese plazo se entenderá denegado el recurso. La interposición de los recursos no suspenderán los efectos de la sanción impuesta.

CAPITULO IV

DE LOS AGENTES DE BOLSA

Arto. 18.- Son Agentes de Bolsa, las personas naturales previamente autorizadas por la Bolsa e inscritas en la Superintendencia de Bancos que se dedican a las operaciones de corretaje de valores en Bolsa. Para ejercitar su cargo deberán rendir fianza o garantía a favor de la Bolsa que para tales efectos establezca la Superintendencia de Bancos. Además deberán cumplir los siguientes requisitos:

- a) Tener capacidad legal de disposición de su patrimonio.
- b) Acreditar buena conducta moral y conocida probidad.
- c) No estar sometido a pena correccional.
- d) No haber sido cancelada su inscripción en el Registro de Agentes.
- e) Tener grado académico universitario o de nivel medio y acreditar conocimientos en actividades relacionadas con el mercado de valores, lo que será evaluado por la respectiva Bolsa.

La garantía o fianza que rindan los Agentes de Bolsa deberá mantenerse hasta un año después del término de la calidad de tal, o hasta después que se resuelvan por sentencia ejecutoriada las acciones judiciales que se hayan entablado en su contra por los acreedores potenciales, en su caso.

Los agentes de Bolsa estarán sujetos a las mismas inhabilidades aplicables a los directores de Bolsa referidas en el Artículo 12 del presente Reglamento.

Arto. 19.- La fianza o garantía a rendirse por los Agentes podrá constituirse en dinero en efectivo o mediante fianza de una entidad Bancaria o de compañía de seguros y cualquier otra calificada por la Superintendencia.

Arto. 20.- Los Agentes de Bolsa están obligados a:

- a) Llevar los libros y registros prescritos en el presente Reglamento y los que determine la Superintendencia de Bancos.
- b) Proporcionar a la Bolsa con la periodicidad y detalle que ella establezca, información sobre las operaciones que realicen.

- c) Proporcionar la documentación que a juicio de la Superintendencia sea necesaria para mantener actualizada la información del Registro.
- d) Asegurarse de la identidad y capacidad legal para contratar de las personas en cuyos negocios intervengan, y en su caso, de la legitimidad de las firmas de las personas físicas que ordenen la realización de las operaciones bursátiles y, en su caso, de la existencia de un poder suficiente para actuar en representación de una persona natural o jurídica y de la inscripción del último traspaso en los Registros de Emisores en su caso. Cuando los contratantes no tuvieren la libre administración de sus bienes, no podrán los Agentes prestar su concurso, sin que proceda la debida autorización con arreglo a las leyes;
- e) Proponer los negocios con exactitud, precisión y claridad, absteniéndose de hacer supuestos falsos que induzcan a error a los contratantes;
- f) Guardar reserva en todo lo que concierna a las negociaciones que hicieren y no revelar los nombres de las personas que se las encarguen, a menos que exija lo contrario la ley, o la naturaleza de las operaciones, o que los interesados consientas en que sus nombres sean conocidos;
- g) Expedir, a costa de los interesados que la pidieren, certificación de los asientos respectivos de sus contratos;
- h) Responder legalmente de la autenticidad de la firma del último cedente, en las negociaciones de letras de cambio u otros valores endosables;
- i) Dar fe de la entrega de los efectos y de su pago, si los interesados lo exigieren;
- j) Celebrar las operaciones sobre los títulos negociados en la bolsa, mediante los procedimientos que ésta establezca.
- k) Cumplir con las disposiciones legales, estatutarias y reglamentarias de la respectiva Bolsa.
- l) Conducir todos los negocios con lealtad, claridad, precisión y abstenerse de artificios que en cualquier forma, puedan inducir a error a las partes contratantes.

Arto. 21.- La bolsa podrá amonestar, imponer multas, suspender o cancelar la autorización de un Agente de bolsa, informando de lo actuado a la Superintendencia de Bancos.

La referida suspensión o cancelación sólo procederá por haber incurrido el Agente en alguna de las siguientes causales:

- a) Dejar de cumplir con los requisitos necesarios para la autorización.
- b) Incurrir en graves violaciones a las obligaciones que le impone este Reglamento, el Reglamento Interno de la Bolsa u otras disposiciones que los rijan;

- c) Tomar parte en forma culpable o dolosa en transacciones no compatibles con las sanas prácticas de los mercados de valores;
- d) Participar en ofertas públicas de valores en la Bolsa que no estén inscritos conforme a este Reglamento o cuya transacción haya sido suspendida; y
- e) No cumplir por razones que le sean imputables con las obligaciones originadas en transacciones de valores en que ha tomado parte.

En caso de que la Bolsa de Valores suspenda o cancele un Agente de Bolsa, el Agente podrá comparecer a la Bolsa de Valores respectiva, mediante recurso de revisión, que deberá interponerse en los 3 días hábiles siguientes a la comunicación del acuerdo de Junta Directiva. La Bolsa deberá pronunciarse dentro de los diez días laborables siguientes al recibo del recurso. Su silencio se entenderá como denegatorio del mismo. Confirmada la negatoria, se admitirá la apelación ante la Superintendencia de Bancos que oirá al recurrente por un plazo mínimo de cinco días y que deberá pronunciarse dentro del mes siguiente. La resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos agota la vía administrativa. Si no dictare resolución en ese plazo, se entenderá denegado el recurso. La interposición de los recursos no suspenderá los efectos de la sanción impuesta.

Arto. 22.- Se prohíbe a los Agentes de bolsa:

- a) Comerciar en Bolsa por cuenta propia.
- b) Negociar los valores por cuenta de individuos o sociedades que hayan suspendido sus pagos, o que hayan sido declarados en quiebra o en concurso.

CAPITULO V

DE LOS REGISTROS Y DE LA INFORMACION

Arto. 23.- La Superintendencia de Bancos será la encargada de llevar los registros de:

- a) Bolsas de Valores;
- b) Valores de Oferta Pública a través de mecanismos de Bolsa;
- c) Puestos de Bolsa;
- d) Agentes de Bolsa.

Arto. 24.- Deberán inscribirse en el Registro de Valores de la Superintendencia de Bancos tanto los emisores como los valores que emitan para ser negociados a través de mecanismos de Bolsa.

Arto. 25.- La Superintendencia procederá a la inscripción a que se refiere el Artículo anterior conforme a lo establecido en el Artículo 4 que antecede, y en tanto se cumpla con informar sobre los siguientes aspectos:

- a) Legales: Acuerdo de emisión, características de los valores a emitirse, antecedentes sobre la constitución y registro del emisor, sus modificaciones e inscripciones, plazo

de duración, composición del patrimonio, administradores y apoderados, registro de socios o número de ellos y todo otro antecedente que sea razonablemente necesario para la completa identificación del emisor.

- b) Económico-Financiero: Antecedentes sobre la situación Económica y Financiera del emisor como sus últimos Balances Anuales disponibles o el Balance de apertura y proyecciones en caso se trate de un emisor que inicia operaciones, el último de los cuales deberá presentar debidamente auditado por auditores externos registrados en la Superintendencia de Bancos, acompañado de un informe razonado sobre el estado financiero de la entidad, su patrimonio, sus razones de endeudamiento y todo otro dato que permita formarse una opinión completa de su situación económico-financiera.

Deberá presentarse además, un prospecto en que describan el uso que se dará a los recursos, características generales del negocio y las proyecciones favorables y desfavorables que puedan afectar en el futuro.

La Superintendencia dispondrá de un plazo de diez días laborables para proceder a la inscripción, contados desde la fecha de la respectiva solicitud.

Arto. 26.- Los emisores inscritos en el Registro de Valores, proporcionarán a la Superintendencia, a la Bolsa y al público en general, información acerca de las materias señaladas en el Artículo 25 con la periodicidad que la Superintendencia de Bancos determine.

Además divulgarán veraz, y oportunamente, toda información esencial respecto de ellos mismos que pueda afectar, positiva o negativamente, su situación jurídica, económica y financiera o bien la posición del emisor o de sus valores en el mercado. Entiéndase por hecho o información esencial la que un hombre juicioso consideraría importante para sus decisiones de inversión.

Arto. 27 .- Los directores, administradores y toda persona que en razón de su cargo posición en la entidad de emisora registrada, tengan acceso a información que aun no haya sido oficialmente difundida al público en cumplimiento de este Reglamento que pueda influir en los precios de sus valores guardaran estricta reserva sobre ella.

Se prohíbe a las personas mencionadas en el inciso anterior valerse de dicha información para sí o para otros, ventajas mediante la compra o venta de valores. Ellas deberán velar asimismo, para que esto tampoco ocurra a través de subordinados o terceros de su confianza.

Arto.28.- La Superintendencia por resolución fundada procederá de inmediato a cancelar la inscripción de un valor o a suspender su emisión cuando:

- a) La inscripción se hubiere obtenido por medio de informaciones o antecedentes falsos.
- b) Durante la vigencia de la emisión, el emisor entregare a la superintendencia, a las Bolsas y los Intermediarios informaciones o antecedentes falsos.

- c) Con ocasión de su oferta en el mercado, el emisor difundiere noticias o propaganda falsa, u ocultare información que puede afectar el precio de sus valores.
- d) El valor no cumpla con los Requisitos para su inscripción.
- e) Cuando los derechos incorporados en el valor inscrito se hayan extinguido totalmente.

CAPITULO VI

PROHIBICIONES

Arto.29.- Queda prohibido:

- a) Intermediar en Bolsas Valores por Puestos de Bolsas o Agentes no autorizados.
- b) Que los Puestos de Bolsas o sus Agentes ofrezcan valores no registrados, salvo previa norma general de la Superintendencia de Bancos respecto a valores avalados, afianzados, aceptados o garantizados por bancos e instituciones financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos.
- c) Efectuar transacciones ficticias en Bolsa
- d) Efectuar transacciones o inducir a la transacción de valores regidos por este reglamento, mediante practicas o mecanismos engañosos o fraudulentos.
- e) Efectuar transacciones en Bolsa para fijar o hacer variar artificialmente los precios de cualquier valor en el mercado.
- f) Efectuar operaciones con recursos obtenidos ilícitamente.

CAPITULO VII.

LAS SANCIONES

Arto. 30.- Corresponderá a la Superintendencia de Bancos aplicar sanciones en que incurren las Bolsas de estatus o Reglamentos Internos de las Bolsas y las instrucciones dictadas por la propia Superintendencia de Bancos. Estas sanciones podrán ser desde recibir una amonestación escrita hasta la suspensión y cancelación de actividades, así como imponer las multas que estén establecidas en la legislación Bancaria vigente, según la gravedad del caso a juicio de la Superintendencia. Las sanciones pecuniarias serán a favor del fisco en los términos y procedimientos contemplados en la Ley General de Bancos. El consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos. El Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos, podrá reajustar los montos a que se refiere el presente artículo, conforme a lo establecido en su ley de creación.

CAPITULO VIII.

DISPOSICIONES GENERALES

Arto. 31.- El Registro de los emisores, así como de los valores admitidos en bolsa, no implica responsabilidad alguna a cargo de la Superintendencia de Bancos, acerca del pago, la autenticidad, valor y rentabilidad de dichos títulos.

Arto. 32.- El hecho de ser accionista de una Bolsa, no implica ser Agente. Para tales efectos necesita cumplir los requisitos contenidos en este Reglamento y los que establezca la Bolsa.

Arto. 33.- La Superintendencia de Bancos y la Bolsas deberán dictar normas encaminadas a garantizar la transparencia de mercado Bursátil.

Arto. 34.- Cualquier transferencia que se hiciera de la concesión de un puesto de Bolsa deberá ser autorizada previamente por la Bolsa e informado a superintendencia de Bancos.

Arto. 35.- La autorización para operar una Bolsa, así como la autorización de Agentes de Bolsa no pueden ser directa ni indirectamente transferibles. El ejercicio de la calidad de Agentes de Bolsa es personal.

Arto. 36.- El Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos, como ultima instancia administrativa será la competente para dirimir las diferencias que surjan entre las Bolsas, los Agentes, los oferentes y los adquirientes; la resolución del Consejo Directivo al respecto constituye cosa Juzgada administrativa. No obstante quedan a salvo los derechos de la parte que se consideren perjudicada en sus intereses de recurrir a los tribunales comunes competentes.

Arto. 37.- Con relación a la vigencia, intervención, liquidación y quiebra de una Bolsa, se procederá conforme la Ley General de Bancos en lo que les fuere aplicable.

Arto. 38.- Cualquier reforma al Pacto Social y Estatus de una Bolsa, así como en su reglamento interno deberá ser previamente autorizada por la Superintendencia. Asimismo, cualquier cambio en su junta de Directores deberá ser notificado a la Superintendencia de Bancos.

Arto. 39.- Los mecanismos de negociación tales como la Rueda de Bolsa u otros, la ejecución, liquidación de las transacciones y otros dirigidos a centralizarse las negociaciones en Bolsa, podrán ser reglamentados por las propias Bolsas, previa información a la Superintendencia de Bancos.

Arto. 40.- Las Bolsas no podrán utilizar en su razón o denominación social los términos: nacional, oficial o cualquiera otro que haga suponer monopolio, exclusividad u oficialidad del negocio.

Las personas naturales o jurídicas no registradas en la Superintendencia no registradas en la Superintendencia de Bancos para operar como Bolsa, Puesto de Bolsa o Agente



Plan Estratégico de Marketing del funcionamiento de la Bolsa de Valores de

Nicaragua

según el caso, no podrán utilizar ninguna denominación de negocio que de a entender que su giro parcial o total es de operaciones de Bolsa.

Arto. 41.- Cada Bolsa es libre de adoptar discrecionalmente sus propios procedimientos electrónicos de transacción.

Arto. 42.- Contra las resoluciones del Superintendente cabrán los recursos de reposición y apelación conforme los términos y procedimientos consignados en la Ley 125 de Creación de la Superintendencia y su Reglamento.

Arto. 43.- " La emisión de Valores y su oferta de venta, al margen de una sociedad de Bolsa, utilizando formas publicas de colocación, deberán cumplir con lo disponible en el capítulo tercero del decreto 15-L. publicado en la Gaceta No. 77 del 10 de Abril de 1970, conocido como Ley Especial sobre Sociedades Financieras de Inversiones y Otras, y además sujetar a los requisitos que se establezcan en el Reglamento que para tales fines dicte el Poder Ejecutivo.

La contravención a lo dispuesto anteriormente, queda sujeto a las sanciones que la referida Ley establece.

Arto. 44.- El presente Reglamento entrara en vigencia a partir de su publicación en la Gaceta Diario Oficial.

Dado en la Ciudad de Managua, Casa de la Presidencia, a los veintidós días del mes de junio de mil novecientos noventa y tres. Violeta Barrios de Chamorro Presidente de la República de Nicaragua.

ANEXOS 4

Guía de preguntas para **entrevista con el Sr. Gerardo Arguello** Vicegerente General, Bolsa de Valores de Nicaragua.

Efectuada el día 15 de Enero de 2004.

1. ¿Cómo surge la Bolsa de Valores en Nicaragua?
2. ¿Cuál fue el aporte que tuvo la Bolsa con su creación en la liberación de la economía nicaragüense?
3. ¿Cuál es la representación de los sectores económicos del país en la bolsa?
4. ¿Que tipo de marketing se implementa en la bolsa de Valores?
5. ¿Cómo es la relación actual de la bolsa de Valores con las Bolsas Centroamericanas?
6. ¿De que proviene la rentabilidad de la Bolsa?
7. ¿Qué número de transacciones y que tipo de transacciones se realizan en la Bolsa de Valores actualmente?
8. ¿En que podría mejorar la bolsa con respecto a su mercadeo?

Guía de preguntas para **entrevista con la Sra. Mireya Sánchez**, agente corredor del puesto de Bolsa PROVALORES.

Efectuada el día 4 de Febrero de 2004.

1. ¿Cómo funciona la correduría en este puesto de Bolsa?
2. ¿Qué hace PROVALORES para captar de sus clientes?
3. ¿En que tipos de mercados negocia PROVALORES?
4. ¿Que tipo de títulos tienen mayor movimiento actualmente?
5. ¿La rentabilidad del puesto proviene de comisiones generadas por las transacciones que realiza?
6. ¿La utilidad generada por la negociación, son ganancias para el puesto y el banco, para el banco o solo para el puesto?
7. ¿Gana usted comisión sobre mayores títulos transados?
8. ¿Además de las negociaciones que usted realiza que otro tipo de relación tiene usted con la bolsa de Valores?
9. ¿Qué considera que podría mejorar el sistema bursátil?
10. ¿Con relación al mercadeo de la Bolsa de Valores de Nicaragua, que considera que podría ser un gran aporte?

Guía de preguntas para **entrevista con el Sr. Carlos Torres** , agente corredor del puesto de Bolsa INVERNIC.

Efectuada el día 12 de Febrero de 2004.

1. ¿Cómo funciona la correduría para este puesto?
2. ¿Qué hace INVERNIC para captar sus clientes ?
3. ¿Cómo se mercadea este puesto y como mercadea al mercado bursátil?
4. ¿Qué tan rápido es el servicio que se le proporciona al cliente?
5. ¿Qué beneficios trae el negociar títulos valores?
6. ¿Qué beneficios brinda el sistema bursátil Nicaragüense?
7. ¿Cómo los puestos promueven la creación de nuevos emisores?
8. ¿Con relación al mercadeo de la Bolsa de Valores de Nicaragua, que considera que podría ser un gran aporte?
9. ¿Qué considera usted que podría mejorar el sistema bursátil?

X. BIBLIOGRAFIA

Paginas de Internet consultadas:

<http://www.invercasa.com.ni/bvn.htm>

<http://www.fecabolsa.com/>

<http://www.bolsani.com.ni>

<http://www.bolsanic.com/glos#p>

<http://www.um.dk/danida>

<http://www.bhv.hn/frames1.htm>

<http://www.bvnsa.com.gt/nuevositio/infosinedi.php>

<http://www.bnv.co.cr/?nav=003>

<http://www.incep.org/aldia/aldia54.html>

<http://www.panabolsa.com/>

<http://www.confidencial.com.ni/2001-263/temacentral.html>

<http://www.martinezcuencia.org.ni/PerspectivaNicaragua2002.pdf>

<http://www.nicanews.com.ni/nn21/index.html>

<http://www.caleydagnall.com.ni/bcd.html>

<http://www.3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc064.htm>

<http://www.emprendo.com/producto1.html>

<http://www.loshornoslp.com.ar/capacitacion/cursos.htm#MARKETING>

<http://www.prensa.com.ni>

Folletos :

- “Ventaja Fiscales y Cambiarias” Bolsa de Valores de Nicaragua
- “Requisitos para el Registro de una Emisión de Valores” Bolsa de Valores de Nicaragua

- “Guía para Invertir en la Bolsa de Valores de Nicaragua”
- “Ventajas del Financiamiento por medio de la Emisión de Valores” Bolsa de Valores de Nicaragua.
- “Sistema Bursátil” Bolsa de Valores de Nicaragua
- Introducción a la Valuación de Acciones. Modelo de Dividendos, Gerardo Arguello.
- Planificación Estratégica, Instituto de Gerencia y Liderazgo

Libros consultados:

- El desarrollo del mercado de Valores en Nicaragua, Raúl Lacayo.
- Marketing de Servicios, Segunda Edición. Autoras : Valarie A. Zeithaml y Mary Jo Bitner.
- Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición. Autores: Philip Kotler y Gary Armstrong.
- Dirección de Marketing y Ventas, Tomo II, Editorial Cultural de Ediciones S.A. Autores: * José Antonio de Diego (Lic. De Marketing Madrid M&B; Master en Productos y Derivados Financieros). *Jesús Clemente Adrián (Lic. En Ciencias Empresariales Madrid U Complutense). *Maria Navasquillo (Lic. En Periodismo y Comunicación Madrid U Complutense). * Miguel Ángel Melero (Lic. En Economía Madrid U. Autónoma; Master en Marketing y Ventas Madrid Instituto de Empresas).