



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria

FAREM-Estelí



**Seminario de Graduación (para optar al título de Licenciatura en
Administración de Empresas).**

**Factores que determinan la competitividad de las Mipymes del sector
artesanía en la ciudad de Estelí, durante el II semestre 2012.**

Autores:

- **Castro Olivas Ingrid Magali**
- **Herrera Rivera Oscar Danilo**

Tutora: MSc. Delia Moreno

Estelí 09 de Enero del 2013.



AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a Dios por brindarnos la sabiduría y el entendimiento necesario para poder concluir este trabajo monográfico.

A nuestros padres por apoyarnos moral y económicamente desde el principio de nuestra educación.

A la Maestra Delia Moreno por apoyarnos y guiarnos durante el proceso de nuestra investigación.

A todos los maestros que nos dieron su ayuda brindándonos parte de su experiencia para podernos desarrollar como profesionales.

A las instituciones que nos brindaron su valioso tiempo e información para la realización de nuestro trabajo y a los artesanos por su amable atención y colaboración con la información brindada.



DEDICATORIA

Nosotros dedicamos nuestro trabajo a:

Dios en primer lugar, por brindarnos las oportunidades de seguir a delante en nuestra vida y poder alcanzar esta meta propuesta.

A nuestros padres por estar día a día con nosotros, apoyándonos en cada momento de nuestras vidas.

A la maestra Delia Moreno por apoyarnos con dedicación y entrega en la realización del trabajo.

A todos los demás maestros que nos brindaron su apoyo incondicionalmente y nos alentaron a seguir a delante.



RESUMEN EJECUTIVO

Las Mipymes en Nicaragua, enfrentan el desafío de la globalización ante las exigencias tanto de los mercados nacionales como internacionales, la industrialización y el desarrollo tecnológico, por lo que su permanencia y posicionamiento en el mercado requieren promover y potenciar la productividad de sus procesos y la calidad de sus productos para que sean más competitivas.

Es por eso que el presente estudio ha sido enfocado en las Mipymes de la ciudad de Estelí, analizando los factores que inciden en la competitividad de estas empresas, habiendo seleccionado el sector artesanal, considerando que este es uno de los rubros que representa la cultura regional y a la vez diferencia a la ciudad del resto de la nación y de los demás países.

El propósito es realizar un estudio de cómo están compitiendo estas Mipymes, para con ello determinar los factores que inciden en su competitividad, con el fin de identificar algunas de las herramientas necesarias para su participación en los mercados y a la vez enfrentar los retos que se presenten ante la competencia; identificando acciones que les permitirá mejorar sus condiciones competitivas enfocadas en mejores resultados y por ende el desarrollo económico del municipio.



ÍNDICE

I	Introducción.....	6-7
II	Antecedentes.....	8-10
2.1	Caracterización de Estelí.....	11-13
III	Justificación.....	14-15
IV	Planteamiento del problema.....	16
V	Objetivos.....	17
VI	Marco Teórico.....	18
6.1	Artesanía.....	18
6.2	Competitividad.....	19
6.3	Financiamiento.....	20-22
6.4	Empresa.....	22-23
6.4.1	Pequeña Empresa.....	23
6.4.2	Mediana Empresa.....	23
6.5	Sector.....	24
6.6	Productividad.....	25
VII	Hipótesis.....	26
VIII	Metodología.....	27
8.1	Universo.....	27
8.2	Muestra.....	27
8.3	Observables de la investigación.....	27
8.3.1	Etapa I.....	28
8.3.2	Etapa II.....	28
8.3.3	Etapa III.....	29
8.3.4	Etapa IV.....	29
8.4	Técnicas de investigación.....	29



8.4.1	La Entrevista.....	29
8.4.2	La Encuesta.....	29
IX	Resultados.....	30
9.1	Situación actual en las Mipymes del sector artesanía.....	30-35
9.2	Condiciones en que compiten las Mipymes.....	36-39
9.3	Acciones encaminadas a mejorar la competitividad.....	40
X	Conclusiones.....	41
XI	Recomendaciones.....	42
XII	Bibliografía.....	43-46
XIII	Anexos.....	47
13.1	Mapa de la ciudad de Estelí.....	48
13.2	Tabla de artesanos encuestados.....	49
13.3	Guía de Entrevista.....	50
13.4	Guía de Encuesta.....	51
13.5	Fotos de participación en ferias y elaboración de productos.....	52-55
	Acrónimos.....	56



I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende determinar los factores que influyen en la competitividad del sector artesanía de la ciudad de Estelí, con respecto a los demás sectores que se encuentran presentes en el mercado tanto nacional como internacional, ya que estas proporcionan un impacto positivo para la economía, aportando de manera significativa tanto al PIB¹ regional como nacional; además contribuyen con la generación de empleos y aprovechamiento de los recursos o materia prima con los que el municipio cuenta.

El estudio aborda la situación actual de las Mipymes del sector artesanía, las condiciones en que este sector está compitiendo en el mercado y por consiguiente identificar acciones que les permita mejorar las condiciones competitivas a este sector. Los ejes teóricos que sustentan la investigación son los siguientes: 1) artesanías, 2) competitividad, 3) empresa, 4) financiamiento, 5) sector y 6) productividad.

La investigación es de tipo cualitativa, en la cual se tomó como universo 12 Mipymes del sector, que cumplieron con el criterio de estar registradas en INTUR, tomando como muestra el 100%, en las que se aplicaron 12 encuestas a los propietarios de estas empresas y una entrevista al Director de CAMIPYME.

Se ha considerado que esta investigación puede servir de base para impulsar programas integrales de desarrollo en el sector artesanía de la ciudad de Estelí, que contribuyan a mejorar la calidad de sus productos, el incremento de sus ingresos y las condiciones de vida de los involucrados y también puede servir como fuente de información para aquellos investigadores que en el futuro realicen un estudio sobre esta problemática.

¹ El PIB es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo (normalmente, un año). Indexmundi.com, (2012). Recuperado el 18 de Marzo del 2012, de [http://www.indexmundi.com/es/nicaragua/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/nicaragua/producto_interno_bruto_(pib).html).



Finalmente se proponen acciones encaminadas a mejorar la productividad, asociatividad y comercialización de cada uno de los productos que realizan los artesanos, para que estos puedan tener una mayor participación en el mercado y a su vez estas puedan contribuir con el desarrollo de su empresa en términos de facilitar el logro de las metas establecidas por ellos.



II. ANTECEDENTES

Los factores competitivos de las Mipymes, están relacionados a la productividad, como factor interno, entendiéndose por ésta la relación que existe entre los insumos de la empresa y los bienes que se llevan al mercado; así mismo la estrategia competitiva, la cual es una clave del desarrollo, ya que esta es una herramienta importante dentro de cualquier organización, porque le permite tener ventajas competitivas frente a otros mercados para tratar de obtener un alto nivel de desarrollo; entre otros factores.

Al realizar una revisión de los datos brindados por las diferentes organizaciones podemos darnos cuenta que las artesanías están haciendo presencia tanto en los mercados regionales, nacionales e internacionales; motivo por el cual se han realizado estudios sobre este sector y sobre las problemáticas como la falta de competitividad la cual viene dada por diferentes factores como la productividad, la falta de organización, la comercialización, entre otros.

Según Tórrez (2012), el mayor reto del sector artesanía es permanecer en los mercados, para lo cual debe haber comunicación, experiencia y mantener a la expectativa a los compradores y que a la vez deberían trabajar todos organizados, ya que se considera que uno de los obstáculos fuertes es la competencia en el mercado estadounidense, Tórrez señala que el sector es “bendecido” porque casi el 85% de materias primas son nacionales y que lo único que se importa son los insumos del cuero, para los productos de textil bordado. El Diario La Prensa (2012). (p.14A).

En un reporte brindado por el Nuevo Diario (2011), se señala que Nicaragua participó a través de Agropecuaria LA FISE S.A², con más de mil piezas de artesanías, que se vendieron en Italia en la Feria del Artesano en Milán, donde esta Agropecuaria, contó con productos de cien artesanos nacionales apoyados

²Agropecuaria LAFISE es una empresa del Grupo LAFISE, que trabaja con pequeños productores de Nicaragua, brindándoles financiamiento y asistencia técnica en la comercialización interna y en la exportación de sus productos. Agropecuari Lafise, (2012). Recuperado el 01 de abril del 2012, de <http://www.bancentro.net/agropecuaria/Html/home.html>.



por el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), el gobierno de Taiwán y los Centros de Negocios que Agropecuaria LA FISE tiene en diferentes puntos del país.

Por otro lado, OFCOME³(2012), brindo estadísticas con datos del Banco Central de Nicaragua que el 19.9% del producto interno bruto para el 2011, estuvo representado por las industrias manufactureras, entre ellas las artesanías; así mismo Central American Data⁴ (2012), estima que más del 50% de las Mipymes mueren antes de los tres años; un 90% no pasa de los cinco años de existencia y sólo el 10% sobrevive.

De la misma manera el MIFIC⁵ (2011), establece que en el caso de Nicaragua el tema es delicado, porque el 60% de su columna vertebral empresarial son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales aportan el 40% del Producto Interno Bruto (PIB), calculado en más de seis mil millones de dólares.

Es por eso que las Mipymes tanto del sector artesanía como de otros sectores se verán obligados a presentar informes anuales sobre sus estados financieros, que presenten en el año las empresas no públicas establecidas en Nicaragua, ya que estas deberían cumplir con los requerimientos establecidos por las Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF-Pymes). “Nicaragua Hoy”⁶(2012).

En la ciudad de Estelí las Mipymes se encuentran en el sector informal de la economía y por lo tanto, carece de una estructura orgánica formal que regule no sólo sus relaciones con terceros, sino sus relaciones internas de producción.

³ OFCOME (Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior, adscritas al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio). Ofcome, (2012). Recuperado el 05 de abril del 2012, de <http://www.oficinascomerciales.html>.

⁴ Central American Data (red de negocios centroamericana online). CAD, (2012). Recuperado el 05 de abril del 2012, de <http://www.centralamericadata.com/es/static/home>.

⁵ MIFIC (ministerio de fomento, industria y comercio, creado por la Ley 290 “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo”). Mific, (2012). Recuperado el 06 de abril del 2012, de <http://www.mific.gob.ni/>.

⁶ “Nicaragua Hoy”, blog de Revista informativa de los nicaragüenses. Nicaragua hoy, (2012). Recuperado el 10 de abril del 2012, de <http://www.nicaraguahoy.info/dir.cgi/index.cgi>.



Es frecuente encontrar en este sector, la práctica generalizada de incumplimiento de las obligaciones fiscales y laborales. Ello a veces se constituye en una limitación para dirigir apoyo al sector, ya que a veces las fuentes de financiamiento o instituciones de apoyo público requieren un mínimo de legalidad de parte de las empresas que operan en el sector.

Además la situación actual en la ciudad de Estelí manifiesta que la competencia en el sector artesanal es muy estricta, ya que cualquier descuido o modificación del producto provoca que la competencia obtenga ventajas competitivas.⁷

Es por ello que CAMIPYME⁸ (2012), nos indica que en la ciudad de Estelí, para las Mipymes del sector artesanal existen factores tanto externos como internos que inciden en la competitividad, por lo que se considera necesaria una investigación para poder determinarlos, con el fin de identificar las debilidades y amenazas, para poder con ello convertirlas en fortalezas y oportunidades respectivamente. En el **anexo No. 1** se muestra el mapa de la ciudad de Estelí, donde se encuentran ubicadas estas empresas.

En resumen se podrá decir que la competitividad de una empresa tiene un valor único, constituido por muchos factores que concurren a determinarlo y tienen una incidencia positiva o negativa, que debe examinarse separadamente para mejorar el resultado final.

⁷ Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), (2011). Caracterizaciones Municipales. Recuperado el 18 de Diciembre del 2012, de <http://webesteli.wordpress.com/asi-es-esteli/2011>.

⁸ CAMYPIME (Centros de Apoyo a las MIPYME departamentales), surgen en el contexto de la Política de Desarrollo a las MIPYME, teniendo como objetivo principal, Proporcionar atención especializada, servicios integrales de asistencia empresarial, incluyendo información, asesoría en la gestión y tramitación para el establecimiento de empresas. Camipyme, (2012). Recuperado el 20 de abril del 2012, de <http://www.mific.gob.ni>.



2.1 Caracterización de Estelí

Según datos del INIFOM, para el año 2011 se estima que la población del Municipio de Estelí es de 125,484 habitantes con una densidad de 128 hab/km². La densidad en el área Urbana es de 2,740 hab/km² y en el área Rural es de 28 hab/km².

En el área Urbana, los barrios del Distrito 3 son los más densamente poblado, ya que lo habitan un promedio de 10,323 hab/km². En el área Rural, la subzona más densamente poblada es la de Santa Cruz con promedio de 120 hab//km². La subzona con menor densidad de población es la de La Tunozza con una densidad de 8 hab//km².



El 80 % de la población se concentra en el área urbana lo que nos refleja un alto porcentaje de urbanización. Las inmigraciones provenientes de las comarcas aledañas y de otros municipios del país han propiciado esta situación. Con la actual tasa de crecimiento, se calcula que la población municipal se duplicará para el año 2020.

Al analizar la población se puede señalar que la población menor de 15 años representa el 42.10% del total de la población y los jóvenes de 15 a 24 años son el 21.80 % del total. El 54.58 % de ésta, se concentra en las edades de 15 a 64 años.

El 22.40 % de la población municipal es inmigrante, los principales lugares de orígenes son los departamentos de Nueva Segovia y Matriz, lo cual ha incrementado la presión por la demanda de servicios básicos de educación, salud, energía, agua, saneamiento y la necesidad de nuevas áreas de desarrollo urbano para asentar a estos pobladores.



En el municipio se cultivan café, frijoles, maíz, sorgo y hortalizas, así como el tabaco, éste sin duda es el cultivo más importante económicamente, tanto por ser la base de la actividad comercial e industrial (generando la mayoría de los empleos), como por ser uno de los más preciados a nivel mundial por su calidad y sabor, marcas de cigarros puros hechos en Estelí, como Joya de Nicaragua o Padrón, tienen fama mundial y algunos famosos artistas los consumen. La revista especializada Cigar Aficionado ha resaltado también su calidad.

Al analizar la participación de la población económicamente activa por rama de actividad, se observa que hay ramas ocupacionales dominadas por hombres (agropecuaria, industria, energía y agua, construcción, comercio, transporte, inmuebles y administración) y otras por mujeres (hoteles y restaurantes, educación, salud y servicios domésticos).

En la economía nacional y municipal, las ramas económicas donde el porcentaje de participación femenino es elevado, resultan ser las de más bajos ingresos, a pesar de la enorme importancia que tienen para el desarrollo económico y social del municipio, tales como la salud y la educación.

Hay ramas de actividades casi exclusivas con más del 70 % de participación por uno u otro sexo; tales como, agropecuaria, industria, construcción, transporte y administración dominadas por hombres y educación, salud y servicios (domésticos, de hoteles y restaurantes) dominadas por mujeres.

El 26.8 % de la población se dedica a la agricultura, el 15.9 % se dedica a la industria, incluyendo a la rama de la construcción que puede ser considerada como una actividad industrial y un 54.3 % se dedica actividades comerciales y de servicios, lo cual destaca que por sus actividades, el municipio es un centro prestador de servicios y facilitador del desarrollo comercial, no solo para sus pobladores, sino para todos los habitantes del norte del país.



A excepción del comercio, se puede afirmar que no hay preponderancia de una rama de servicios (domésticos, administración, educación, salud, restaurantes, hoteles y transporte), ya que la participación en todas es equitativa.

En el caso de la pequeña empresas se encuentran más de 161 establecimientos tales como: instituciones de crédito no convencionales, transporte colectivo, acarreo, carga, supermercados imprentas, casas comerciales, discos, gasolineras, empresas, beneficios de café, radio difusoras, clínicas, panaderías, fábricas de pintura, esponjas, productos alimenticios, café, auto lavadoras, etc.

Como Mediana Empresas se encuentran 8 fábricas de puros que representan fuentes de trabajo para 2,242 personas. La medición no llega a establecer cuál es la estructura de participación de las diferentes actividades económicas, pero si permite ver el crecimiento de microempresas como una alternativa de subsistencia, pese a las restricciones en el acceso a materia prima y crédito.

En el caso de Estelí tanto en el sector industrial como en el de servicio, las micro y pequeñas empresas representan la mayoría, pese al estado de marginación y limitado acceso a las oportunidades del mercado.

A diferencia de las empresas del sector formal de la economía, cuyos establecimientos se concentran alrededor de los mercados de consumo más atractivos por su tamaño, o bien en las regiones cercanas al abastecimiento de sus materias primas, en el caso de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), sus establecimientos se encuentran dispersos en todas y cada una de las regiones urbanas y rurales del país. La dispersión es una de las características de las Mipymes y en consecuencia, una dificultad para la debida atención.⁹

⁹ Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), (2011). Caracterizaciones Municipales. Recuperado el 18 de Diciembre del 2012, de <http://webesteli.wordpress.com/asi-es-esteli/2011>.



III. JUSTIFICACIÓN

Las Mipymes son importantes para la economía de cualquier país, tal importancia ha sido la razón principal para enfocar el estudio en la micro, pequeña y mediana empresa, abordando el sector artesanal de la ciudad de Estelí.

En Nicaragua las características particulares de este tipo de organización, hacen que les sea difícil sobrevivir en un entorno de competitividad, sin embargo a nivel nacional las Mipymes denotan interés por insertarse en los mercados que internacionalmente se abren para nuestro país.

En la ciudad de Estelí, la situación de las Mipymes del sector artesanal, adquiere mayor importancia, por ser esta una región cuya historia está impregnada de ribetes diferentes a las del resto del país; al menos se cuenta con artesanías de cuero, entre las cuales realizan todo tipos de aperos¹⁰ para bestias de montar y que suelen ser muy apetecidas para los hípicos¹¹ y entre otras artesanías elaboran productos a base de diferentes materiales como madera, barro, papel, etc.

De igual forma es importante abordar los factores que determinan la competitividad, porque para aprovechar las oportunidades de las aperturas de los mercados globales, mediante tratados de libre comercio, es necesario ser competitivo lo que implica una gestión estratégica que involucre la innovación en los procesos productivos en las empresas y la inversión en recursos humanos.

Por tal razón el MIFIC¹², como otras entidades gubernamentales, han hecho énfasis en programas de desarrollo de las Mipymes para contribuir con el fortalecimiento de la competitividad, estableciendo estrategias competitivas y al mismo tiempo rutas de ejecución de programas a este tipo de empresas, esto

¹⁰ Aperos: Conjunto de piezas que se usan para ensillar una cabalgadura o una bestia de tiro. Rosenberg, J. (1998). Aperos. Diccionario Océano. (2^{da} edición, p.25).

¹¹ Hípicos: carrera de caballos, arte de montar y manejar el caballo, realizando ejercicios de monta, carreras y concursos. Rosenberg, J. (1998). Hípico. Diccionario Océano. (2^{da} edición, p.211).

¹² MIFIC (ministerio de fomento, industria y comercio, creado por la Ley 290 "Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo"). Mific, (2012). Recuperado el 20 de abril del 2012, de <http://www.mific.gob.ni/>.



porque consideran que en Nicaragua estas empresas son las que contribuyen de gran manera al desarrollo del país.

También se considera necesario indagar sobre la situación en que compiten las empresas del sector artesanal, esto porque cada vez hay mayor oferta y quizá la demanda no incrementa paralelamente y para ello los artesanos deben de contar con un plan que contemple las estrategias para hacer frente a la competencia y sobrevivir al mercado.

El MIFIC reafirma que para poder subsistir y desarrollarse, las empresas con mayor énfasis las Mipymes, deben ser capaces de enfrentar la competencia de un mercado globalizado, lo cual hace indispensable establecer políticas, diseñar estrategias y crear mecanismos que les permitan un acceso efectivo y eficiente a programas e instrumentos que posibiliten mejorar su productividad y puedan ser más competitivas, de lo contrario, jamás van a alcanzar un nivel de operaciones y de eficiencia que les permita constituirse en una alternativa significativa de aporte al PIB regional y a la creación de trabajos.



IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Nicaragua las Mipymes han venido realizando su trabajo ya desde algunos años, donde tanto el sector artesanía como los demás sectores han tenido sus altibajos como empresas, es por eso que el tema de la competitividad más que un tema interesante es una necesidad, ya que está lleno de fortalezas y al mismo tiempo de debilidades.

Estas debilidades se han visto presentes en las condiciones económicas, sociales y culturales de la ciudad de Estelí, así mismo la falta de gestión y capacidad de producir bajo estándares de calidad que los mercados exigen en la actualidad.

Donde a la vez estos artesanos trabajan para subsistir y sin posibilidades en algunos de los casos de superar a la competencia que se encuentra cada vez más fuerte, debido a situaciones socio-políticas como los tratados de libre comercio.

Es por eso que para estas Mipymes el sobrevivir en el mercado se convierte en una lucha, ya que solo el hecho de ser una empresa que posee poca inversión, poco financiamiento, tecnología obsoleta, falta de asociatividad y generalmente no cuentan con un proceso de producción industrializado, les hace ser débiles ante la presencia de grandes empresas nacionales e internacionales.

Como consecuencia de estos retos que enfrentan las artesanías se ven obligadas muchas veces a reducir su personal, su producción y sus ventas, es ahí que vienen siendo menos competitivas, lo cual conlleva a que en pocos años cierren, debido a que sus ingresos resultan menores que los costos de producción.

Es muy importante realizar estudios sobre este sector para que así se pueda manejar información sobre las artesanías puesto que al momento de realizar una investigación sobre ellas se pueda identificar con facilidad cuales son las acciones indicadas a tomar en cuenta para hacer frente a debilidades y amenazas que se presenten.



V. OBJETIVOS

➤ Objetivo General

- ✓ Determinar los factores que influyen en la competitividad de las Mipymes artesanales en la ciudad de Estelí, a fin de identificar acciones para el fortalecimiento del sector.

➤ Objetivos Específicos

- ✓ Describir la situación actual en las Mipymes del sector artesanía.
- ✓ Analizar las condiciones en que compiten las Mipymes del sector artesanía.
- ✓ Identificar acciones encaminadas a mejorar la competitividad del sector artesanía.



VI.MARCO TEÓRICO

Los “factores que determinan la competitividad del sector artesanía en la ciudad de Estelí”, se ha centrado en los siguientes ejes teóricos: 1) Artesanía, 2) Competitividad, 3) Financiamiento, 4) Empresa, 5) Sector y 6) Productividad; a continuación se abordan cada uno de ellos:

6.1 Artesanía:

“Las artesanías son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad y la cultura" de cada región, y por ello deben de conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región” (Koontz, Weihrich, 1998).

Es así que Artesanica¹³(2012), la define como los diversos tipos de elementos que son realizados con las manos, normalmente con un grado importante de creatividad y originalidad, siendo esta una de las primordiales creaciones del ser humano cuando este descubrió la posibilidad de trabajar con los materiales naturales que lo rodeaban para transformarlos en algo diferente, más complejo y bello.

La importancia de valorar la artesanía de Nicaragua, es indispensable para todo nicaragüense, ya que forma parte de nuestra identidad, por lo que la artesanía es una obra realizada con las manos, siendo un término medio entre el diseño y el arte, las cuales pueden ser de barro, piedra, yeso, madera, etc. que expresan las habilidades de cada artesano y de cada región.

¹³ Artesanica: Artesanía de Nicaragua, página online que brinda información sobre la artesanía de Nicaragua. Artesanica, (2012). Recuperado el 15 de julio del 2012, de <http://artesanica.blogspot.com/>.



Además hay que considerar que estos productos son únicos en el mundo, los cuales son comercializados en el mercado y para ello es necesario establecerse, requiriendo de un sistema de competencia eficiente, por lo que se aborda el siguiente eje, la competitividad que es muy importante para todos los ámbitos empresariales.

6.2 Competitividad:

“Competitividad es una serie de capacidades, una de ellas es la de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, es decir, producir al menor costo posible; así como la capacidad que tiene una persona o entidad competitiva que le permite oponerse a otros en la consecución de un mismo fin y así también para competir en los mercados de bienes o servicios” (Kotler, Armstrong, 1996).

Las Mipymes en Nicaragua a pesar de generar altos niveles de empleo y de representar un alto grado de presencia a nivel nacional, presenta graves problemas para llegar a ser competitivas a nivel mundial, tales como: bajos niveles de educación, falta de formalidad al no registrarse como empresas, tecnología rudimentaria, pocos créditos por miedo o falta de información, no son empresas sostenibles, falta de mercadeo, etc. (Faby Romero, 2011).

Esta es de vital importancia para las Mipymes, ya que las lleva a poder ser productivas, influyendo en el precio base de los productos, la cual puede provenir de distintas fuentes: productos directamente similares y productos sustitutos disponibles, la competitividad implica un plan de acción para lo cual se necesita invertir en estudios de mercados y usos de herramientas competitivas y es ahí donde estas recurren generalmente al financiamiento, eje que se aborda a continuación.



6.3 Financiamiento:

“Financiamiento es el conjunto de recursos monetarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios, también se puede definir como recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario” (Diccionario Océano, 2006).

En una publicación brindada por la CAF¹⁴ (2012), donde establece que el financiamiento a las Mipymes les permite obtener un capital de riesgos para el fortalecimiento patrimonial, fortalece los sistemas nacionales de garantías, promueve mecanismos alternativos de financiamiento para las Mipymes como operaciones de factoring, leasing, titularizaciones, entre otros, así como un desarrollo de mecanismos de cofinanciamiento y riesgos compartidos y préstamos a bancos de desarrollo que prestan a Mipymes.

De la misma manera CNN¹⁵ (2011), presentó las siete formas de financiamiento para las Mipymes, las cuales se detallan a continuación:

- **FFF:** la primera fuente de financiamiento es la que invierte el mismo emprendedor, o la proveniente de lo que se conoce como FFF: Friends, Family and fools. Este capital se usa para la constitución de la empresa en sí, ya que se da cuando el emprendedor inicia el negocio y la familia y amigos son las principales fuentes de dinero para operar.
- **Fondos Gubernamentales:** estos instrumentos se utilizan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir cuando está más avanzado que una simple idea. Además son usados para crear prototipos

¹⁴.La CAF es una institución financiera multilateral que apoya el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional. La CAF está conformada actualmente por 17 países de América Latina, el Caribe y Europa, y 15 bancos privados de la región andina. CAF, (2012). Recuperado el 25 de Julio del 2012, de <http://www.caf.com>.

¹⁵**Cable News Network (Cadena de Noticias por Cable)**, mejor conocido como **CNN**, es una cadena de televisión estadounidense fundada en 1980 por el empresario Ted Turner. CNN, (2012). Recuperado el 25 de Julio del 2012, de <http://cnnespanol.cnn.com/>.



que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado, por lo que normalmente dan ventajas competitivas.

- **Capital semilla:** este crédito se define como la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves en el proceso de su iniciación y puesta en marcha de un proyecto. Se da cuando la empresa ya está constituida y tiene cierto producto importante, pero requiere dinero para operar o para capital de trabajo. También se puede usar para estudios de mercado, nivel de factibilidad, plan de negocios y lanzamientos.
- **Inversionistas ángeles:** las aportaciones de este tipo se dan generalmente para las empresas que ya están funcionando y que por su alto contenido innovador o desarrollo potencial atraen créditos. Los inversionistas ángeles pueden ser independientes o pertenecer a un club.
- **Capital de riesgo:** también se conoce como venture capital, y se ocupa cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo, pues es un fondo que invierte mayores cantidades. El capital de riesgo es la aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar su valor, dando además soluciones a los proyectos de negocio, compartiendo el riesgo y los rendimientos, ya que el inversionista busca una asociación estrecha y de mediano plazo con los accionistas originales.
- **Private equity:** éste es un fondo para empresas muy grandes y se utiliza generalmente para expansión importante del negocio o para la internacionalización. El Private Equity aporta capital a cambio de acciones que la empresa otorga, y además contribuye con recursos no monetarios como contactos, mejores prácticas, administración profesionalizada, institucionalidad, transparencia, etc. Su participación en el negocio es temporal, ya que estos fondos buscan salir en un periodo de entre cuatro y siete años.



- **Finalmente están los financiamientos bancarios:** en los que las empresas pueden acudir para capital de trabajo o para tener flujo en la operación diaria del negocio. Además de la banca comercial existen, así como empresas dedicadas al factoraje financiero. Lo importante es comparar los productos y apostar por aquél que se adecue mejor a tus necesidades personales, ya que el crédito debe ser un traje a la medida.

Se estima que para que las Mipymes tanto del sector artesanal como de los demás sectores puedan sobrevivir a la competencia y demás retos que se le presenten, es necesario que se apoyen de una fuente de financiamiento segura, que les brinde los mejores servicios y así mismo una tasa de interés satisfactoria que les permita producir eficazmente para cubrir sus cuotas y obtener altos rendimientos.

En Nicaragua las fuentes financieras existentes son las siguientes: Financiera FAMA, Chispa Mi Crédito, Finca Nicaragua, Prestanic, FDL, FUNDESER, Serfigsa e instituciones bancarias como Banco Procredit, Bancentro, Banpro, entre otras, dichas instituciones se constituyen como empresas, concepto que se aborda a continuación.

6.4 Empresa:

“Una empresa, es una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados, clasificándose estas en micro, pequeñas y medianas empresas” (Robbins, De Cenzo, 1996).

Las empresas del sector artesanal por lo general, se denominan Mipymes, es decir micro, pequeñas y medianas empresas que se caracterizan por ser diferentes a las grandes empresas, especialmente diferentes de las gigantescas



multinacionales que son comunes en la actualidad. Las Mipymes por lo general están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores que pueden ser de 1 a 20, cuentan con un presupuesto mucho más reducido y por lo tanto reciben cierta ayuda o asistencia de los gobiernos correspondientes. A continuación se describe cada una de ellas:

6.4.1 Micro Empresa:

“Genéricamente se refiere a las unidades económicas de baja capitalización que operan en el mercado a partir de una inversión a riesgo. Estas poseen de 1 a 5 trabajadores”. (Koontz, h., Weihrich, H. 2004).

6.4.2 Pequeña Empresa:

“Como pequeña empresa son consideradas aquellas pymes que cuentan de 6 a 20 trabajadores, estas han demostrado a lo largo del tiempo y en la mayoría de países (desarrollados o no) que son un componente importante de la economía, y en muchos casos, es la base de las medianas y grandes empresas”. (Koontz, h., Weihrich, H. 2004).

6.4.3 Mediana empresa:

“Mediana empresa es la que posee de 21 a 100 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente tienen sindicato”. (Koontz, h., Weihrich, H. 2004).

Las Mipymes, son las que más existen en nuestro país, ya que nuestra economía es muy baja para lograr crear empresas con gran capital para invertir y poder competir en el mercado internacional; normalmente estas cuentan con ayuda o subsidios de los países que buscan así reactivar áreas de la economía ya que complementan actividades y áreas a las que no se llega formalmente, donde cada una de ellas se dedican a una actividad específica, clasificándolas por sector dependiendo de la finalidad de la empresa, es por eso que se considera necesario abordar el eje que a continuación se presenta.



6.5 Sector:

“El término sector en economía es probablemente donde el uso del concepto se extiende más, por ejemplo el sector económico, es decir, cualquiera de las partes de la actividad económica y que se subdivide según distintos criterios: sectores de la producción (también llamados sectores de ocupación que a su vez pueden subdividirse en sectores parciales por actividad), como los sectores primarios, sector agrícola, sector ganaderos, sector pesqueros, etc.” (Kotler, Armstrong, 1996).

El MIFIC (2012), publicó un documento donde establece que la importancia de las Mipymes en Nicaragua, como sector promotor del desarrollo económico del país, radica en el hecho de que representan la mayoría de las empresas nicaragüenses, se han convertido en la mayor generadora de empleos y cuentan con gran flexibilidad en sus procesos productivos.

Todo esto contribuye a que estas empresas se vean compitiendo a nivel nacional e internacional en un entorno cada vez más competitivo, sujeto a cambios como resultado de la globalización y dentro del cual Nicaragua se inserta cada día de manera más activa.

Para la ciudad de Estelí las actividades del sector artesanal son viables, ya que tanto la experiencia, la riqueza del acervo cultural de los pueblos indígenas expresados a través de los artesanos del barro, la tela, a madera, etc. sirven de herramientas para ellos y que además de reflejar las costumbres y tradiciones, se aprovecha de cierta forma estos recursos para la implementación del desarrollo, tanto económico como cultural; pero independientemente del propósito de las Mipymes, esta deberá ser productiva para alcanzar sus metas, eje que se aborda a continuación.



6.6 Productividad:

“La productividad es la relación entre los elementos que entran al proceso productivo y los que salen en un tiempo determinado, otra definición plantea que es la efectividad de la actividad racional del individuo, en la esfera de la producción material. La productividad se mide por la cantidad de productos elaborados por unidad de tiempo de trabajo, de acuerdo con los niveles medios de habilidad e intensidad del trabajo” (Kotler, Armstrong, 1996).

Según el nuevo diario (2012), CEFOF¹⁶ otorgo certificación a más de 30 funcionarios de instituciones gubernamentales, universidades privadas y públicas, quienes están en capacidad de brindar asesoría especializada a las Mipymes en la implementación de técnicas japonesas de calidad y productividad, con lo cual los empresarios tienen la oportunidad de mejorar sus procesos productivos, disminuir desperdicios, reducir costos y tiempo de procesos.

La productividad en las artesanías viene siendo la cantidad de productos que obtienen dichas Mipymes y los recursos que han sido utilizados para dicha elaboración, es decir que la mezcla de insumos, más la mano de obra, más la maquinaria es igual a la productividad de la empresa o dicho de otra forma los materiales que esta obtiene. Así mismo esta productividad se determina por factores como la tecnología, relaciones laborales, la organización los recursos humanos, etc.

¹⁶CEFOF: Centro Regional para la Productividad, con sede en Costa Rica, quienes a su vez están acreditados por el JapanProductivity Center, JPC. Jica, (2012). Proyecto CEFOF. Recuperado el 01 de agosto del 2012, de <http://www.jica.go.jp>.



VII. HIPÓTESIS

Un aumento en la productividad de las Mipymes del sector artesanía de la ciudad de Estelí, incrementará las condiciones competitivas dentro del mercado nacional e internacional.



VIII. METODOLOGÍA

La investigación sobre las Mipymes del sector artesanal de la ciudad de Estelí es de tipo cualitativa, considerando que el proceso metodológico a seguir se ha organizado de la siguiente manera:

8.1 Universo: 12 Mipymes del sector artesanía registradas en INTUR.

8.2 Para la **muestra** se tomaron 12 empresas artesanales, que representan 100% del universo, debido a que estas cumplen con el criterio de tomar únicamente las empresas de artesanías registradas.

8.3 Observables de la investigación

Los observables de investigación son los siguientes:

Observables	Indicadores	Técnica
Situación actual de las artesanías.	<ul style="list-style-type: none"> Número de artesanías que producen a los mercados locales, nacionales e internacionales. Historia de la propiedad. Formación académica de los dueños. Participación en el mercado. Inversiones en el negocio. Estructura organizativa. Infraestructura. Legalidad. Asociatividad de las artesanías. Limitaciones externas e internas. Visión de los dueños. 	Entrevista Encuesta
Condiciones en que compiten.	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilidad de recursos. Capacitaciones recibidas. Tipos de artesanías que producen. Materia prima. 	Encuesta Entrevista



	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas gubernamentales que les benefician o afectan. • Dónde y cómo comercializan sus productos. • Competencia. 	
Mejora de la competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Asociatividad. • Producción. • Comercialización. 	Entrevista, encuestas y revisión documental

8.4 Etapas de investigación.

La ejecución del proceso investigativo se desarrolló en cuatro etapas las cuales se detallan a continuación:

8.4.1 Etapa I. Revisión documental.

La revisión documental se realizó con la búsqueda de información existente tanto en libros, periódicos en línea, internet, etc., la cual nos permitió contar con una base para la redacción de los instrumentos. En esta etapa también se llevó a cabo la coordinación con los organismos y personas que nos brindaron la información.

8.4.2 Etapa II. Elaboración de instrumentos de investigación y levantamiento de información.

En esta etapa se elaboraron las guías de las entrevistas y encuestas, las cuales fueron validadas y por consiguiente se aplicaron. Las encuestas fueron aplicadas a propietarios de las diferentes Mipymes del sector artesanal que se encuentran registradas en INTUR y la entrevista se realizó al Director de CAMIPYME, quien nos proporcionó información general sobre las Mipymes de este sector.



8.4.3 Etapa III. Análisis y ordenamiento de la información.

Para el tratamiento de la información se realizó el análisis en el programa Excel, luego se organizó en una matriz para hacer el análisis de los datos, las encuestas fueron depuradas y enumeradas antes de integrarlas en la base de datos y posteriormente el análisis en base a los objetivos propuestos. La entrevista fue transcrita y su contenido se utilizó para fundamentar los aspectos institucionales para enriquecer el informe.

8.4.4 Etapa IV. Informe final.

Con la información ordenada y analizada se realizó un borrador el cual se sometió a revisión para su enriquecimiento y posteriormente se elaboró el documento final que se presentó al jurado dictaminador.

8.5 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se utilizaron fueron la entrevista y encuesta.

La entrevista: “es una forma especializada de obtener información mediante de naturaleza profesional que se realiza con el propósito de efectuar una investigación, un diagnostico o proponer un tratamiento”. (Rosenberg, J. 1998).

Se entrevistó al director de CAMIPYME para que nos brindara información general sobre las Mipymes del sector artesanía de la ciudad de Estelí.

La encuesta: “es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”. (Rosenberg, J. 1998).

En este caso se aplicaron 12 encuestas a propietarios de las artesanías que están registradas en INTUR para obtener información general de éstas empresas.



IX.RESULTADOS

Los resultados de la investigación se han organizado en tres capítulos estructurados de la siguiente manera: 1) Situación actual de las Mipymes del sector artesanía, 2) Condiciones en que éstas compiten y 3) acciones encaminadas a mejorar la competitividad de este sector. Estos se presentan a continuación:

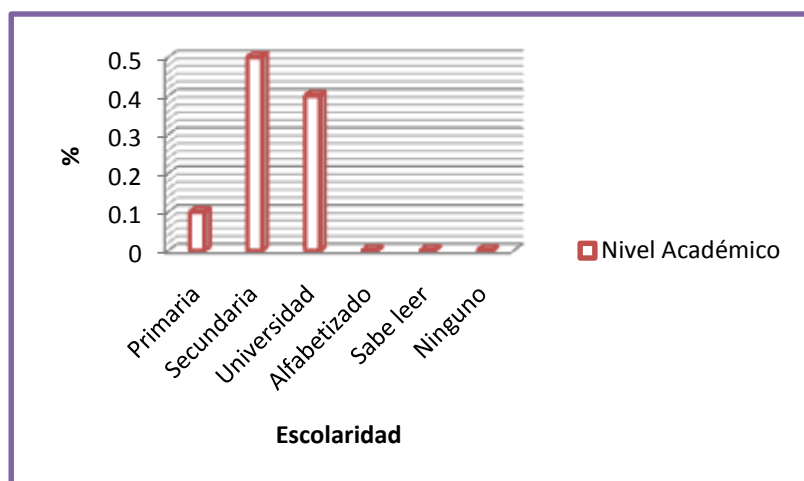
9.1 Situación actual en las Mipymes del sector artesanía.

El análisis de la situación actual de las Mipymes del sector artesanía se ha centrado en los siguientes aspectos: formación académica de los empresarios y empresarias, historia del negocio, las limitantes tanto internas como externas que éstas presentan, inversiones en el negocio y la asociatividad.

9.1.1 Formación académica:

Una formación académica permite a los propietarios o propietarias manejar su negocio de una mejor manera e identificar mejor la situación del mercado al cual se dirige, así como las necesidades y exigencias que éste presenta. Lo cual se nos muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica N°1: Formación Académica



Fuente: elaboración propia.

En términos generales los propietarios y propietarias de las artesanías de la ciudad de Estelí presentan niveles académicos que pueden considerarse buenos, puesto que un 50% de



las personas encuestadas poseen un nivel de secundaria, un 40% universitario y un 10% primaria, lo que nos indica que el sector se encuentra bien en cuanto a la escolaridad, permitiéndoles a éstas poder analizar y determinar mejor la necesidades que el mercado presenta.

Además este nivel de escolaridad les permite producir y comercializar de una mejor manera sus productos, lo que también se debe tomar en cuenta para los programas de capacitación orientados a los propietarios del negocio sobre las formas de competir en los mercados a los cuales se dirigen.

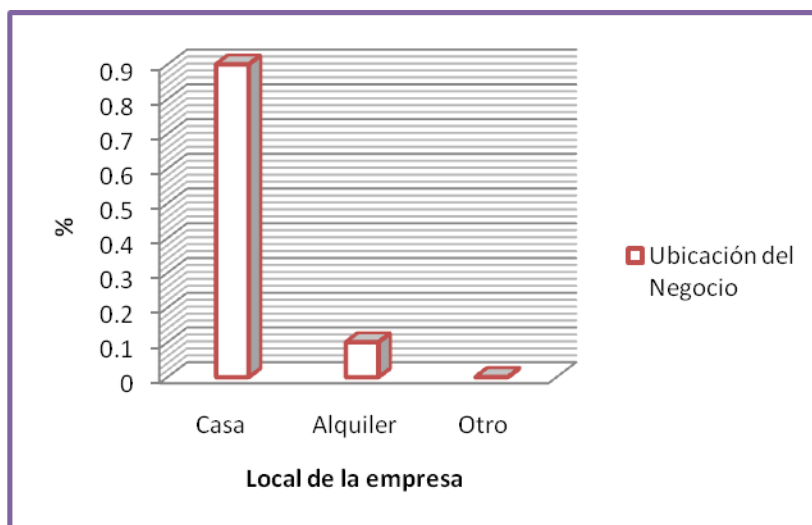
Sin embargo según CAMIPYME los artesanos a pesar de poseer esos niveles académicos aún se cierran a los cambios y exigencias que la globalización presenta, lo que provoca ciertas limitantes al momento de comercializar sus productos, ya que a lo interno la mayoría se enfrentan al individualismo, la desconfianza y la falta de competitividad, que aún no han logrado determinar que es uno de los factores determinante en el desarrollo de este tipo de institución y en lo externo la competitividad de los artesanos extranjeros, ya que en el mundo globalizado las empresas extranjeras han decidido tecnificar sus empresas a diferencia de lo que sucede en Nicaragua.

Así mismo se pudo determinar que la mayoría de las artesanías de propietarios encuestados surgen mediante una idea, es decir que estas personas han sido las creadoras de su negocio, lo que a su vez demuestra que son empresas nuevas y debido a eso no cuentan con todas las condiciones necesarias para producir y ser competitivas.



9.1.2 Ubicación del negocio:

Gráfica N°2: Ubicación del Negocio.



Fuente: elaboración propia.

La gráfica nos muestra que el 90% de los encuestados se encuentran ubicados en el domicilio habitacional, ésta situación es una limitante, pues no cuentan con la infraestructura para el área de producción, sala de

exhibición y área administrativa, es decir que ésta falta de organización no les permite tener una buena estructura organizativa, lo cual es una característica de interés, puesto que restringe el desarrollo de estas Mipymes, por lo que en esas condiciones no se pueden alcanzar mejores niveles de productividad y calidad en sus productos.

Además de que la administración de las artesanías está a cargo de los propietarios, quienes desconocen sobre el aspecto organizativo, cargos y funciones que deben cumplir un trabajador para realizar sus actividades, en este caso los dueños delegan al personal actividades de manera verbal y por su conocimiento empírico y en algunos de los casos el propietario es quien realiza todo el trabajo por la naturaleza de la empresa.

9.1.3 Inversiones en el negocio y asociatividad:

Es importante invertir en las Mipymes para crecer en productividad, permitiendo ponerse a la altura de las exigencias de los clientes, ya que los ingresos van a depender de la cantidad de capital que se destine para ofrecer los productos al mercado.

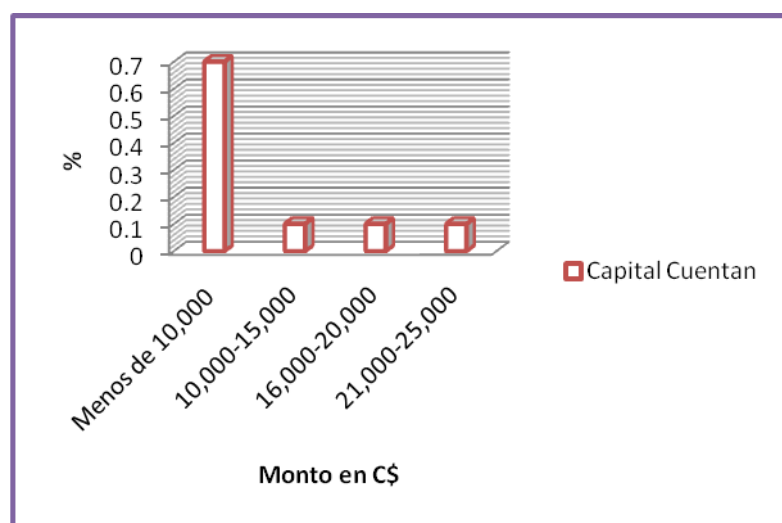


Además es imprescindible considerar una inversión en los negocios, principalmente cuando las necesidades del mercado lo exigen, es por eso que cuando esto sucede todo propietario se ve obligado a tomar la decisión de aumentar o no su capital de trabajo, buscando una forma de financiamiento cuando este no cuenta con los recursos necesarios para invertir.

Otra de las formas de aprovechar ésta oportunidad es la asociatividad ya sea en cooperativas o en redes. Los modelos asociativos no son nuevos, en muchos lugares del mundo, e incluso en algunos sectores de nuestro país, son desde hace año una forma de hacer negocios.

En el caso de las artesanías la palabra asociatividad, se define específicamente como una forma de cooperación entre estas pequeñas empresas, en las cuales cada uno de sus integrantes o propietarios deciden voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros integrantes para la búsqueda de un objetivo común. (INPYME, 2012), indicadores que se muestran en la siguiente gráfica:

Gráfica N°3: Capital Cuentan.



Fuente: elaboración propia.

La gráfica nos muestra que un 70%, de los negocios del sector artesanía de la ciudad de Estelí, cuentan con una inversión de menos de C\$ 10,000.00, lo que es muy poco para inversiones que provoquen cambios cualitativos en la producción, que

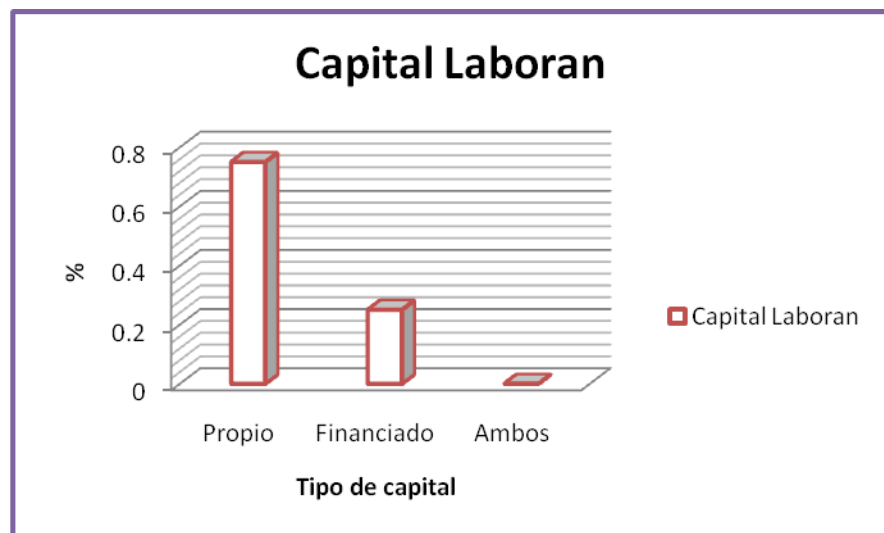
incentiven la innovación, el uso de tecnología y a la calidad de sus productos; esto viene convirtiéndose en un problema para estas Mipymes, ya que estas cantidades apenas alcanzan para inversiones de materia prima y herramientas



rudimentarias, lo que no les permite aprovechar las oportunidades que a lo externo se presentan para con ello lograr ser más competitivas.

Según entrevista brindada por “CAMIPYME”, una de las formas en que éstas Mipymes están haciendo frente a esta debilidad es la asociatividad en cooperativas o en redes empresariales, con el propósito de reunir su capital de trabajo para poder ser más fuertes, mejorando sus procesos productivos mediante la generación de ideas de cada uno de sus integrantes, lanzamiento de nuevos productos al mercado, alianzas para vender, distribución, etc. donde cada uno de ellos contribuye con un cierto porcentaje de inversión, la elaboración de los productos y otros el local donde van a funcionar la empresa; lo que ellos consideran una mejor forma de competir en el mercado.

Gráfica N°4: Capital Laboran



Fuente: elaboración propia.

Una de las causas por la cual éstas Mipymes cuentan con tan poco capital para operar es la situación del acceso al financiamiento, el cual continúa siendo uno de los obstáculos que enfrentan, debido a los requisitos y garantías establecidos por los bancos e

instituciones financieras principalmente.

Por tanto la capacidad instalada de estas empresas es débil y la producción aún no logra cumplir con las normas nacionales y estándares de calidad internacionales que requieren sus productos para ser competitivos.

De los encuestados solamente el 25 % trabajan de la mano con instituciones financieras, siendo estos los que están asociados, teniendo acceso a montos



menores de los C\$ 25,000 según las garantías que pueden presentar. Mientras tanto el 75% trabajan con capital propio, siendo éstos los que laboran de manera individual, lo cual en momentos es un impedimento para ellos, ya que a veces no cuentan con los recursos necesarios para poder seguir laborando u obtener desarrollo en sus negocios, por lo que las utilidades que se generan son pocas y solo les sirve para sobrevivir.



9.2 Condiciones en que compiten las Mipymes de artesanías.

Para abordar la información recopilada sobre condiciones en que está compitiendo éste sector, se han considerado necesarios los siguientes aspectos: tipo de artesanía, políticas gubernamentales del país, capacitación y comercialización.

Todos estos aspectos se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla N°1. Artesanías, sus tipos y condiciones competitivas.

Ítem	Mipymes	Tipo de artesanía	Efectos de Políticas Gubernamentales		Capacitaciones	Dónde comercializan
			Positivo	Negativo		
1	Coomuarte.	Bisuterías y manualidades.	X		Si	Hogares y ferias.
2	Exotic candel.	Velas	X		No	Hogar y ferias.
3	Diseños Johana.	Bisutería		X	Si	Hogar y ferias.
4	Creaciones Carmen.	Textil vestuario	X		Si	Hogar y ferias.
5	Guardabarranco.	Barro	X		Si	Hogar y ferias.
6	Bisutería Flores.	Bisuterías	X		Si	Hogar.
7	Diseños exclusivos Aura Rayo.	Textil vestuario	X		Si	Ferias y tienda en Managua.
8	Creaciones Jessenia.	Bisutería	X		No	Ferias.
9	Casa de Cultura.	Tusa, papel reciclado.		X	Si	Casa de culturay ferias.
10	Cándida.	Papel	X		Si	Ferias, hoteles, café luz, casa de cultura.
11	Creaciones Linda.	Papel reciclado, tela, bisutería.	X		Si	Ferias.
12	Zaguán de Doña Milagros.	Tusa y papel reciclado.	0	0	Si	Ferias y café Zaguán.

Fuente: Elaboración propia.



La tabla N°1 nos muestra que de las 12 Mipymes encuestadas 5 de ellas elaboran productos de bisuterías lo que representa un 41%, 2 de ellas son textil-vestuario, 2 elaboran productos a base de tusa, 1 velas, 1 papel y 1barro; estos datos reflejan que la mayoría de las artesanías son bisutería, lo cual se debe a que estos son los productos que los clientes más demandan, según plantearon los encuestados.

Es decir que los demás productos son pocos demandados, ya que la población considera que los precios son muy altos y principalmente a que nuestra cultura es muy pobre y existe la preferencia de comprar productos manufacturados de manera industrial que se producen en nuestro país o que se importan, lo cual viene dado por los cambios que la globalización trae consigo mismo, ya que el consumidor se inclina por aquellos productos tecnificados porque lo ven más sofisticados.

Esto es un problema para éste sector, ya que no cuentan con los recursos suficientes para conquistar de manera eficaz el mercado al cual están dirigidos, ya que para lograr que sus productos se vendan estos deberán invertir en publicidad y en tecnología que les permita ofrecer la variedad, calidad y ese valor agregado que la población exige.

Respecto a las políticas gubernamentales los artesanos consideran que han sido positivas, puesto que han recibido apoyo brindado instituciones del gobierno tanto central como municipal y de organismos como INTUR y CAMIPYME.

CAMIPYME manifiesta en entrevista brindada que las Mipymes tienen su propia ley que las regula y les permite el acceso a diferentes servicios que el gobierno ofrece de acuerdo a sus necesidades y demandas. Esta ley es la 645 conocida como ley Mipymes, de igual manera existen otras leyes que les concede algún tipo de beneficio fiscal como la ley de equidad fiscal.

Además los artesanos están siendo beneficiados con la participación que se les brindan en las ferias que se realizan a nivel local y nacional, alguno de los encuestados plantean que no se pagan impuestos para introducir materia prima al



país, prestamos con tasas de interés accesibles con el programa Usura Cero, sin embargo hay quienes no están siendo beneficiados con estas políticas.

Según los encuestados el sector Artesanía demanda capacitación principalmente en mercadeo, contabilidad de costos y diseño, además capacitación para la formación de los propietarios del sector con el fin de crearles competencias en gestión empresarial, mejoramiento de la producción, promoción y ventas para el mercado local y de exportación.

Las capacitaciones ha sido uno de los apoyos recibidos, la cuales han sido brindadas por organismos como USAID, INTUR, CAMIPYME, Congreso de mujeres emprendedoras, Cámara de Comercio, extranjeros con énfasis en reciclaje, Ministerio de la Familia, La Alcaldía, entre otros, esto es considerado de vital importancia para mejorar sus procesos de producción.

La comercialización en este tipo de empresas es muy débil ya que como observamos en la tabla solamente están comercializando sus productos en ferias y sus hogares y en cuanto a la publicidad muy pocas invierten en ello y lo hacen sobre todo en tarjetas de presentación, banner y brochures, una de ellas es el Zaguán de Doña Milagros.

Por otra parte la ubicación de los sitios de producción y comercialización de los productos es muy importante para determinar el nivel de competitividad, lo cual en este sector se presenta como una debilidad puesto que la mayoría de ellos se encuentran ubicados en puntos de poca afluencia de compradores, lo que no les permite obtener altos niveles de ventas, provocando que hayan pocos ingresos, restringiendo el desarrollo de estas Mipymes y como consecuencia de un bajo nivel de competitividad.



9.2.1 Mano de obra que trabajan en las Mipymes de artesanías.

Tabla N°2. Estructura laboral del sector artesanía.

Mipymes	Trabajadores	
	Hombres	Mujeres
Coomuarte	0	14
Exotic candel	1	3
Diseños Johana	1	17
Creaciones Carmen	2	3
Guardabarranco	4	3
Bisutería Flores	0	1
Diseños exclusivos Aura Rayo	0	14
Creaciones Jessenia	2	8
Casa de Cultura	1	3
Candida	0	1
Creaciones Linda	3	0
Zaguán de Doña Milagros	0	2
Total	14	69

Fuente: elaboración propia.

Del total de Mipymes entrevistadas el 83% son mujeres y el 17% varones. Los hombres solamente laboran en artesanías de barro y tuza. Las mujeres tienen una mayor representación que los varones, ya que sector es algo que es tradicional, siendo ellas las que predominan en este tipo de empresas, esto de cierta manera es bueno, debido a que es una forma de empleo para aquellas amas de casa que se sientan motivadas a ayudar con los ingresos del hogar y también permite a mujeres emprendedoras poder tener su propio negocio y contribuir con el desarrollo del municipio y del país.

Además este sector a pesar de contar con poca inversión contribuye con la disminución del desempleo ya que permite que muchas personas desempleadas tengan una forma de ganar dinero y aportar con los ingresos de las familias de nuestra ciudad.



9.3 Acciones encaminadas a mejorar la competitividad.

La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable en el sector a través de la creación y el mantenimiento de una ventaja competitiva¹⁷, es por eso que se ha planteado una serie de acciones encaminadas a mejorar la competitividad en cuanto al factor asociatividad, producción y comercialización del sector artesanía en la ciudad de Estelí, las cuales se mencionan a continuación:

➤ **Asociatividad:**

1. La creación de cooperativas para fortalecer la red de los artesanos. Esto les traería muchos beneficios, entre ellos la posibilidad de obtener mayores cantidades de materia prima a precios más favorables.
2. Aumentar su participación en las ferias y exposiciones culturales para que el producto logre mayor presencia en el mercado y se abra paso a nuevos sectores.
3. Crear convenios con sitios donde se oferten otros productos de origen nacional, para dar mayor realce a nuestra cultura.

➤ **Producción:**

1. Implementar nuevas herramientas que faciliten la productividad. Esto les beneficiaría obteniendo mayores cantidades y mejor calidad.
2. Utilizar nuevos materiales para innovar dentro del mercado, lo cual marcará la diferencia y le brindará un valor agregado al producto final.

➤ **Comercialización:**

1. Aumentar la publicidad de sus productos, implementando TIC'S¹⁸ en mercadotecnia, es decir ofreciendo los productos en Internet.
2. Localizar los puestos de venta en lugares que ya cuenten con atractivo turístico para lograr mayor tránsito de clientes.

¹⁷ Koontz H., Weihrich H. (1998). *Administración I.* (1ª/ed.). México: [s.n].

¹⁸ Tic's: Tecnología de información y de comunicaciones. Betanco, A. (2007). Recuperado el 05 de noviembre del 2012, de <http://www.monografias.com.shtml>.



X. CONCLUSIONES

Los principales factores que limitan la competitividad de las empresas de artesanías de la ciudad de Estelí, son la productividad, la asociatividad y la comercialización de sus productos, ya que este sector está siendo poco productivo.

Actualmente el sector se caracteriza por estar constituido de pequeñas empresas con bajos ingresos, lo que no permite hacer inversiones en innovación y tecnología.

También se pudo identificar que el sector aún no está preparado para competir en mercados globales, ya que enfrenta una serie de limitantes internas y externas que impiden su desarrollo por lo que éste necesita urgentemente implementar acciones que les permitan alcanzar objetivos para potencializarse como empresa y para el desarrollo de sus negocios.

Tales acciones deberán estar orientadas a mejorar la producción en cuanto a los procesos de elaboración de sus productos, el nivel de calidad, nuevos y mejores acabados, uso de tecnología en sus procesos, materia prima más accesible, etc. y la comercialización de los mismos, en cuanto a la publicidad en los diferentes medios, para que sus productos puedan acceder a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales.

Además el sector requiere de fortalecimiento de sus capacidades de gestión empresarial, ya que presenta muchas dificultades al momento de producir y comercializar sus productos, por lo que es muy importante hacer cambios de mentalidad para hacer las cosas y mejorar la tecnología de sus empresas con la combinación de nuevas técnicas y mecanismos de producción.



XI.RECOMENDACIONES

Después de haber realizado la investigación sobre las artesanías de la ciudad de Estelí, nos permitimos dar las siguientes recomendaciones:

1. Que los artesanos le den importancia al acceso y uso de la tecnología en la fabricación y comercialización de sus productos para mejorar sus negocios.
2. Que los artesanos dejen de ver este sector como un simple acto de empleo para sobrevivir y lo vean como una oportunidad empresarial generadora de ingresos.
3. Que formen alianzas empresariales para que el sector pueda crecer y ganar nuevos mercados y financiar proyectos mayores.
4. Que los programas que apoyan a estas Mipymes implementen un plan de capacitación para los propietarios del sector con el fin de crearles competencias en gestión empresarial, mejoramiento de la producción, promoción y ventas para el mercado local y de exportación.
5. Que las universidades se involucren en la promoción de las micros, pequeñas y medianas empresas del sector y que participen en el rescate de nuestra cultura, concientizando a los estudiantes a consumir y valorar más nuestros productos.
6. Continuar enfocando los contenidos de la carrera de administración de empresa y demás carreras al estudio de casos prácticos relacionados con empresas de la ciudad de Estelí.



XII. BIBLIOGRAFIA

Libros:

Hernández Núñez, G. (2012, 18 de marzo). *Artesanías tras el mercado*. *El Nuevo Diario La Prensa*, p.a14.

Koontz H., Weihrich H. (1998). *Administración I*. (1ª/ed.). México: [s.n].

Kotler P., Armstrong G. (1996). *Mercadotecnia*. (6ª/ed.). México: Naucalpan de Juárez.

INPYME (2012). *Manual para la implantación de las "5S"*, Capacitación a pequeños empresarios, Managua-Nicaragua. (pp.48).

Robbins S., De Cenzo D. (1996). *Fundamentos de administración*. (1ª/ed.). México: Naucalpan de Juárez.

Diccionarios:

Gay J. (2006). Financiamiento. *En Diccionario Océano*. (7ª/ed., p 693). España: MMVI Editorial Océano.

Rosenberg, J. (1998). Aperos. *Diccionario Océano*. (2ª edición, p.25).

Web:

Agropecuaria Lafise, (2012). *¿Quiénes somos?*. Recuperado el 01 de abril del 2012, de <http://www.bancentro.net/agropecuaria/Html/home.html>.

Artesanía Nica destaca en Italia. *El Nuevo Diario*. Recuperado el 12 de abril del 2012, de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/113832>.

Artesanica, (2012). *Definición de artesanía*. Recuperado el 15 de julio del 2012, de <http://artesanica.blogspot.com/>.



- Arias, D. (2012). *Normativa Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades (NIIF-Pymes)*. Recuperado el 20 de abril del 2012, de http://www.nicaraguahoy.info/dir_cgi/topic.cgi-costarica.
- Betanco, A. (2007). *La competencia de las PYMES en Las Segovias (Nicaragua)*. Recuperado el 05 de mayo del 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos45/pymes-las-segovias/pymes-las-segovias.shtml>.
- CAD, (2012). *¿Quiénes somos?*. Recuperado el 05 de abril del 2012, de <http://www.centralamericadata.com/es/static/home>.
- CAF, (2012). *Acerca de CAF*. Recuperado el 25 de Julio del 2012, de <http://www.caf.com>.
- Centeno Caffarena, C.)2012). *Situación global de las Pymes en Nicaragua*. Recuperado el 20 de abril del 2012, de <http://www.mific.gob.ni.pdf>.
- CNN, (2012). *¿Quiénes somos?*. Recuperado el 25 de Julio del 2012, de <http://cnnespanol.cnn.com/>.
- Facilitadores para mejorar productividad de las Pyme. *El nuevo Diario*. Recuperado 10 de mayo del 2012, Redacción Central | 20 de abril de 2012, <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/248711-facilitadores-mejorar-productividad-de-pyme>.
- Inifom (2000). *Caracterización del municipio de Estelí*. Recuperado el 18 de octubre del 2012, de <http://www.inifom.gob.ni/municipios/documentos/ESTELI/esteli.pdf>.
- Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), (2011). *Caracterizaciones Municipales*. Recuperado el 18 de Diciembre del 2012, de <http://webesteli.wordpress.com/asi-es-esteli/.2011>.



Indexmundi.com, (2012). *Nicaragua Producto Interno Bruto*. Recuperado el 18 de Marzo del 2012, de [http://www.indexmundi.com/es/nicaragua/producto_interno_bruto_\(pib\).html](http://www.indexmundi.com/es/nicaragua/producto_interno_bruto_(pib).html).

Jica, (2012). *Proyecto CEFOF*. Recuperado el 01 de agosto del 2012, de <http://www.jica.go.jp>.

Merino Troncoso, C. (2012). *Estructura económica de Nicaragua*. Recuperado el 13 de abril del 2012, de <http://www.oficinascomerciales.es/icex/contenttypes.pfs>.

Mific, (2012). *Inicio*. Recuperado el 06 de abril del 2012, de <http://www.mific.gob.ni/>.

Moreno, T. (2010). *Los 7 financiamientos pymes*. Recuperado el 07 de mayo del 2012, de <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/02/25/7-financiamientos-para-pymes>.

Nicaragua, Congreso de la Republica (2008, 05 de Mayo). Ley de promoción, fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley Mipyme). Le 645. Recuperado el 20 de septiembre del 2012, de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28\\$All%29/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28$All%29/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C?OpenDocument).

Nicaragua hoy, (2012). *Principal*. Recuperado el 10 de abril del 2012, de http://www.nicaraguahoy.info/dir_cgi/index.cgi.

Ríos, G. (2011). Oportunidades y desafíos de financiamiento a las pymes. Recuperado el 17 de julio del 2012, de <http://publicaciones.caf.com/publicaciones/?page=0&cat=PyME%20y%20microfinanzas>.

Ofcome, (2012). *Red de oficinas económicas y comerciales de España y exterior*. Recuperado el 05 de abril del 2012, de



http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,,5280449_5310100_5310307_0,00.html.

¿Por qué las pymes mueren? *La prensa.com.ni* .Recuperado el 13 de abril de 2012, de <http://www.centralamericadata.com/pymes>.

Entrevista:

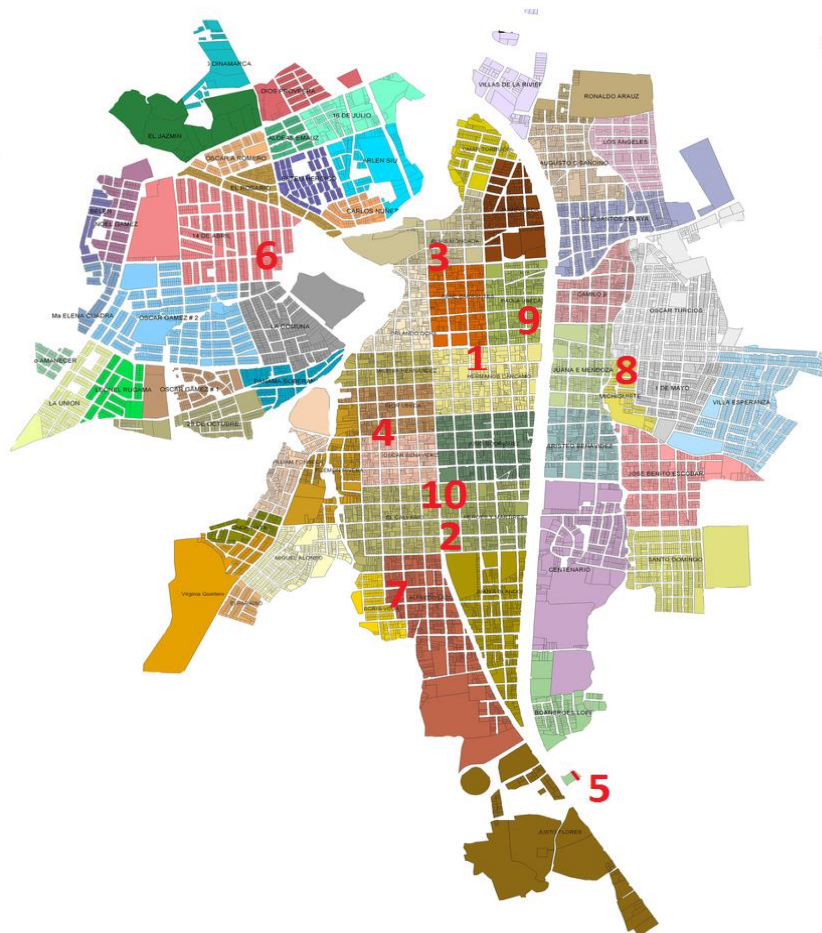
Director de CAMIPYME (2012). *Las Pymes del sector artesanías de Estelí*. Estelí-Estelí. CAMIPYME.



XIII. ANEXOS



Anexo N°1. Mapa de las artesanías de la ciudad de Estelí.



1: Mosaicos de tusa.

2: Bisutería Johana.

3: Exotic Candel.

4: Bisutería Flores.

5: Diseños Aura Rayo.

6: Creaciones Linda.

7: Cándida.

8: Creaciones Carmen.

9: COOMUARTE.

10: Zaguán de doña Milagros.



Anexo N°2. Artesanos Encuestados.

No.	Mipymes	Dirección	Tipo	Teléfono
1	Bisutería Diseños Johana	De textiles canaan 3,1/2c. este	Bisutería	27136925
2	Creaciones Carmen	Costado sur Casa Pellas 2 1/2 C Este	Textil vestuario	27140196
3	Candida	Del tanque de agua Alfredo Lazo 2c O, 1/2 S, 1/2 O	Papel	0
4	Mosaicos de Tuza	Casa Cultura Leonel Rugama	Tuza	88315894
5	Creaciones Linda	Costado sureste del Instituto Reyno de Suecia 20 V al Sur	Textil Vestuario.	27131480
6	Creaciones Jessenia	De textiles canaan 3,1/2c. este	Bisutería.	89193471
7	COOMUARTE	Donde fue el centro de salud LR 2C Este	Manualidades.	83527638
8	El Zaguán de Doña Milagro	Del parque infantil 1c O, 1 1/2 S	Tuza.	27141993
9	Diseños Exclusivos Aura Rayo	PETRONIC sur 1/2 c Oeste	Textil Vestuario.	27136528
10	Bisutería Flores	Costado Norte de Escuela Anexa.	Flores y bisutería.	0
11	Guardabarranco	De donde fue cine Nancy 2c. al oeste.	Barro.	0
12	Exotic Candle	Semáforos viejos 2/2c N	Parafina.	88361716

Anexo N°3. Persona Entrevistada.

Entrevistado	Dirección	Teléfono
José Francisco Rodríguez, Director de CAMIPYME	Antiguo Hospital Estelí, hoy PGR, Estelí- Nicaragua.	87398793.



Anexo N°4: Guía de entrevista.

Somos estudiantes de quinto año de administración de empresas de la FAREM-ESTELI y estamos realizando el estudio de los factores que determinan la competitividad del sector artesanía en el municipio de Estelí, por tal razón le estamos solicitándole nos brinde su valiosa información para el enriquecimiento de nuestro trabajo.

1. ¿En qué marco trabajan con las Pymes del sector artesanía?
2. ¿Cuentan estas pymes con una estructura organizativa y las condiciones laborales necesarias para ser productivas?
3. ¿Cuentan estas pymes con la infraestructura necesaria para producir?
4. ¿De qué manera las condiciones laborales influyen en la productividad de este tipo de empresas?
5. ¿Considera usted que los recursos con que cuentan estas pymes para operar contribuyen al logro del fin establecido?
6. ¿Cumplen estas pymes con las disposiciones legales establecidas?
7. ¿Existe asociatividad entre los artesanos, cómo se da?
8. ¿Qué limitantes externos e internos presentan este tipo de empresas?
9. ¿Aplican algún tipo de estrategia para competir en los mercados?
10. ¿Cuántas pymes artesanales están operando en el mercado local, nacional e internacional?
11. ¿La participación de estas pymes en estos mercados ha incrementado o reducido?
¿Cuál cree usted que ha sido la razón?
12. ¿Qué factores inciden para que las pymes de este sector sean competitivas?
13. ¿Qué tan productivas están siendo con relación a los demás sectores?
14. ¿Qué políticas gubernamentales existen para beneficiar a estas pymes?
15. ¿De qué manera contribuyen al desarrollo económico-social del municipio?
16. ¿Cómo visualiza el futuro de este sector?

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!



Anexo N°5: Guía de encuesta.

Somos estudiantes de quinto año de administración de empresas de la FAREM-ESTELI y estamos realizando el estudio de los factores que determinan la competitividad del sector artesanía en el municipio de Estelí, por tal razón le estamos solicitando nos brinde su valiosa información de cómo ha sido su experiencia en la producción y comercialización de sus productos.

Nombre del negocio: _____
 Nombre del Propietario: _____
 Años de laborar de la empresa: _____
 No. de trabajadores: H_____ M_____
 Edad del propietario: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____

Marque con una **X** en las opciones según corresponda:

1. Formación académica que posee.
 Primaria_____ Secundaria_____ Universidad_____ Alfabetizado_____
 Sabe leer_____ Sabe escribir_____ Ninguno_____
2. Ubicación del negocio.
 Casa_____
 Alquiler_____
 Otro (especifique) _____
3. ¿Qué tipo de negocio tiene usted?
 Familiar_____ Cooperativa_____ Asociado_____ Otro(especifique)_____
4. ¿Cómo surgió su negocio?
 Heredado_____ Idea propia_____ De otra forma_____
5. ¿Con cuánto capital cuentan para operar?
 Menos de C\$10,000_____ C\$10,000 a C\$15,000____ C\$16,000 a C\$20,000____
 C\$21,000 a C\$25,000____ otro (especifique) _____
6. ¿Con qué tipo de capital laboran?
 Propio_____ Financiado _____ Ambos_____ ¿por qué?_____
7. ¿Se encuentra registrada esta empresa?
 Si_____ Dónde _____
 No_____ por qué _____
8. ¿Qué tipo de artesanía producen?
 Madera _____ barro _____ mármol _____ papel _____ tusa _____ otro(s) _____
9. ¿Qué productos elaboran?



10. ¿De esos productos, cuáles son más demandados?
11. ¿Dónde están siendo comercializados sus productos?
En ferias__ En sus hogares__ En asociaciones__ tienda de artesanías__
otro(s) _____
12. ¿De qué manera son comercializados sus productos?
Directa____ Mediante intermediarios _____
13. ¿Cuánto mide su espacio de trabajo?
14. ¿Cómo tiene organizado su espacio de trabajo?
15. ¿Cuáles han sido las limitaciones que se han presentado para competir en el mercado?
16. ¿Cómo es el beneficio de las políticas del gobierno en su negocio?
Positivo____ Negativo____ ¿Por qué?_____
17. ¿Ha recibido capacitaciones?
- Si____ No____
- Si su respuesta es sí:
- Cuántas_____
- Dónde _____
- Quién(es) la(s) brindo_____
18. ¿Qué considera necesario mejorar en su negocio para que este prospere?

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

Anexo N°6: fotos de los artesanos participando en Ferias.



Anexos N° 7: Productos artesanos que se comercializan.



Anexo N°8: investigadores aplicando de Encuestas.





ACRÓNIMOS

BANCENTRO:	Banco de Crédito Centroamericano.
BANPRO:	Banco de los productores.
CAMIPYME:	Centro de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
FDL:	Fondo de Desarrollo Local.
Financiera FAMA:	Fundación para el Apoyo a la Microempresa.
FUNDESER:	Fundación para el Desarrollo Socioeconómico Rural.
MIPYMES:	Micro, pequeñas y medianas empresas.
MIFIC:	Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.
OFCOME:	Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.
PRESTANIC:	Fondo Nicaragüense de Desarrollo Comunitario.
PIB:	Producto Interno Bruto.
SERFIGSA:	Servicios Financieros Globales, S.A.
USAID:	Estados unidos desarrollo y asistencia humanitaria del pueblo de los estados unidos de América.