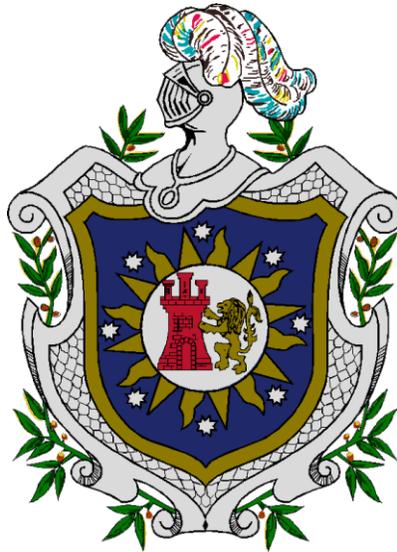


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, ESTELÍ
FAREM-ESTELÍ
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS



**Seminario de graduación para optar al título de licenciatura en
economía**

**SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS ECONOMICAS DE LAS MICROEMPRESAS DE LA
CIUDAD DE ESTELI EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2016.**

Autor:

- **Harvin Abrahan Guillén Morán.**

Tutor (a): Samaria Ilú Alonso Valenzuela.

DEDICATORIA

Es propicia la ocasión para darle gracias a Dios por haberme permitido culminar con éxito mi carrera, por iluminar con su luz divina cada sendero. A ti Dios Padre Todopoderoso mis más infinitas gracias, pues ha sido quien me ha conducido hasta el final de esta meta, haz estado presente en cada momento de este gigantesco paso, en el que hoy por fin he visto cristalizado esta hermosa meta, sin embargo, mi fe y mi perseverancia puesta en ti Oh Dios ha hecho que se concretara la culminación de mi carrera profesional.

A mis padres por apoyarme incondicionalmente y creer en mí en cada momento de mi vida, con sus consejos, sus motivaciones, infinitamente agradecido con ellos porque fueron una pieza clave para poder hacer realidad este momento.

Asimismo, estoy agradecido por todo el aprendizaje obtenido a lo largo de estos años, en los que la lucha no fue fácil, pero al final la victoria es de quienes tenemos la constancia.

Finalmente, lo que un día decidí comenzar y que parecía difícil de alcanzar, hoy es un sueño hecho realidad, gracias a Dios.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, a Dios, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores y a no cometerlos otra vez. Eres quien guía el destino de mi vida.

Y Agradezco a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ellos entre los que incluye este. Me formaron con valores, principios cristianos y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar esta hermosa meta.

**TEMA: SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS ECONOMICAS DE LAS MICROEMPRESAS
DE LA CIUDAD DE ESTELI EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2016.**

Contenido

I.	INTRODUCCION.....	7
II.	ANTECEDENTES.....	8
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
III.	PREGUNTAS PROBLEMAS.....	12
IV.	JUSTIFICACIÓN.....	13
V.	OBJETIVOS.....	14
	Objetivo general.....	14
	Objetivos específicos.....	14
VI.	MARCO TEÓRICO.....	15
	6.1. Empresa.....	15
	6.2. Mipyme.....	17
	6.3. Microempresas.....	18
	6.4. Desarrollo empresarial.....	26
	6.5. Estrategias empresariales.....	29
VII.	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	34
	7.1. Hipótesis.....	34
	7.2. Matriz de operacionalización de variables.....	35
VIII.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	38
	8.1. Tipo de estudio.....	38
	8.2. Paradigmas.....	38
	8.3. Universo.....	38
	8.4. Muestra.....	39
	8.5. Técnicas de recolección de información.....	39
	8.6. Métodos.....	39
	8.7. Etapas de la investigación.....	40
IX.	RESULTADOS.....	41
X.	CONCLUSIONES.....	60
XI.	RECOMENDACIONES.....	62
XII.	BIBLIOGRAFÍA.....	63
	ANEXOS.....	64



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí
UNAN-FAREM Estelí
Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas
Tel. 2713-2437

Valoración Docente

Según normativa de estudios de culminación de modalidad de seminario de graduación plan 1999, el cual contempla la preparación de un informe final.

En este caso el estudiante: Harvin Abraham Guillén Morán realizó su seminario de graduación investigando la temática de: SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS ECONOMICAS DE LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE ESTELI EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2016.

Este trabajo cumple con los objetivos tanto generales y específicos exigidos para la elaboración de este tipo de informes, en cual cumple con el artículo 09 de la normativa, la que contempla 60 horas permanentes y 240 horas independientes.

El presente informe fue presentado en el tiempo indicado y contiene todos los elementos que forman parte del mismo, por lo antes mencionado está listo para ser presentado ante un jurado calificador para optar al título de licenciado en economía.

Atentamente,

MSc. Samaria Ilú Alonso Valenzuela.
DOCENTE
UNAN- FAREM-Estelí

I. INTRODUCCION.

El presente estudio es un esfuerzo en este sentido, pues busca proporcionar elementos de juicio que ayuden en la toma de decisiones en pro del desarrollo de las microempresas de la ciudad de Estelí. La investigación trató de profundizar, no solo en las características del microempresario y la microempresa, sino también, en cómo los jefes de los establecimientos enfrentan la capacitación y su relación en la mejora de la competitividad y eficiencia de sus negocios.

La presente investigación como objetivo principal busca analizar la situación y perspectivas económicas que las microempresas de la ciudad de Estelí, así como los obstáculos al desarrollo de las microempresas, identificar necesidades de formación y asistencia técnica para mejorar su competitividad.

La investigación se enfoca en las microempresas de subsistencia (aquellas que tienen tan baja productividad que sólo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato), de acumulación simple (aquellas empresas que generan ingresos que cubren los costos de su actividad, aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en capital) y de acumulación ampliada (Son las empresas en las que su productividad es suficientemente elevada como para permitir acumular excedente e invertirlo en el crecimiento de la empresa) las cuales se han aproximado como unidades económicas que van desde 3 y hasta 6 trabajadores (incluido el dueño). Esto en la medida que se considera que estas unidades pueden tener un objetivo empresarial superior a la subsistencia y, por ende, podrían ser sujetas de acciones de fomento. Éstas se diferenciarían de las denominadas microempresas tradicionales que tendrían un “bajo umbral de logro”.

Lo anterior significa que estaríamos frente a tres grupos de unidades económicas, por un lado, unas con un afán competitivo y de desarrollo, y otras que solo buscan a través de su negocio satisfacer sus necesidades básicas. Aunque ambos grupos se caracterizan por prácticas informales.

II. ANTECEDENTES.

Como antecedentes relacionados con la investigación sobre **la situación y perspectiva económica de las microempresas de la ciudad de Estelí del distrito II en el segundo trimestre del año 2016**. A nivel local se encontró en la biblioteca Urania Zelaya Úbeda de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM-ESTELÍ) las siguientes investigaciones:

Seminario de graduación elaborado por: Yarlenis Lourdes Balladares Rizo, Luis Salomón Centeno López y Laura Yaneris García Rivera y se titula **“Propuesta de estrategias que permita a las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí el aprovechamiento de los beneficios del tratado de libre comercio DR-CAFTA, en el segundo semestre del 2014”**. El objetivo fue proponer una estrategia que permita a las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí el aprovechamiento de los beneficios del tratado de libre comercio DR-CAFTA, en el segundo semestre del 2014. En sus principales resultados reflejan que la falta de capital de trabajo para la adquisición de materia prima al por mayor les impide tener un mejor precio de compra y mejorar su margen de ganancia en sus productos, el uso de tecnología artesanal impide aumentar su nivel de producción y diversificar sus productos, un 92% de estas MIPYMES no poseen infraestructura propia y alquilan un local para comercializar sus productos y un 75% del sector estaban inscritas en la alcaldía municipal y en la DGI.

Seminario de graduación elaborado por: Meylin Zulema Aráuz González y Cindy Nuzela Molina Rodríguez y se titula **“Influencia de la visión empresarial en el desarrollo de las microempresas comerciales de la ciudad de Somoto marzo-julio 2010”**. El objetivo fue determinar la influencia de la visión empresarial de los microempresarios en el desarrollo de las microempresas comerciales de la ciudad de Somoto 2010. En sus principales resultados reflejan la poca diversificación de la inversión, la utilización de registros informales, la insuficiente asistencia técnica y financiera, y la falta de visión por parte de los propietarios de negocios. Donde muestran que los procedimientos utilizados en su gestión del negocio no son formales, están basados en la intuición y la experiencia de los dueños de los

negocios. El 76% de los encuestados registra sus cuentas en un cuaderno y solamente un 15,7% lleva contabilidad formal de su negocio.

Los microempresarios que se dedican al comercio en la ciudad de Somoto, carecen de visión empresarial, lo cual no les impide ver su negocio como una empresa rentable, al contrario, lo consideran una manera de sobrevivir. El 52.9% de los microempresarios encuestados respondió que el propósito de tener su negocio era sobrevivir, mientras que un 21.4% pretende llegar a ser una empresa grande.

Relacionados al tema de investigación. A nivel nacional encontramos como antecedente la encuesta realizada a nivel nacional por el COSEP llamada “Encuesta de empresas sostenibles Nicaragua 2015” la cual se realizó con el objetivo de identificar los obstáculos para el desarrollo empresarial.

A nivel nacional como antecedente relacionado se encontraron los siguientes trabajos:

“ENCUESTA DE EMPRESAS SOSTENIBLES NICARAGUA 2015” teniendo como objetivo la caracterización de las empresas y los factores que afectan el desarrollo empresarial y la creación de empleo en Nicaragua. Entre los principales resultados encontrados se destacan los siguientes:

- Acceso al financiamiento.
- Entorno jurídico y reglamentario.
- Problemas de trámites y procedimientos legales.
- Irregularidades en la Dirección General de Ingresos (DGI).
- Dificultades para la creación de empresas y la formalización de negocios informales.

“ENCUESTA MICROEMPRESAS 2010” teniendo como objetivos, medir la producción de los establecimientos que pertenecen a los hogares, o microempresas que permita conocer su participación en la producción nacional, actualizar su estructura de producción (ingresos, costos, empleo) y evaluar las condiciones de

financiamiento de la industria, comercio y servicios. Entre los principales resultados encontrados se destacan los siguientes:

- Cerca del 56 por ciento de los establecimientos tienen un tiempo de operación mayor a 11 años, con un período promedio de 14.8 años.
- El 67 por ciento de los negocios operan dentro de la vivienda.
- Del total de personas ocupadas por los sectores investigados, el 56.1 por ciento se encuentran en el sector comercio, 20.9 en industria y el 23 en servicios.
- Los trabajadores por cuenta propia representan el 38.1 por ciento y los remunerados el 25.3 por ciento, del total de personal ocupado.
- Las remuneraciones promedio mensuales por sector se ubican alrededor de 2,300 córdobas en industria y comercio, y 2,900 córdobas en servicios.
- Cerca del 73 por ciento de la materia prima utilizada por la industria es de origen nacional.
- El 12.4 por ciento de los establecimientos reportaron haber operado con financiamiento en 2010.

Dentro de la investigación realizada se puede encontrar puntos muy similares con las antes mencionadas sobre todo en los trabajos de las encuestas, pero el elemento que resalta la diferencia de esta investigación con las demás es que esta se enfoca en el análisis de las perspectivas y situación de las microempresas, identificando sus problemáticas y una vez identificados proceder a crear estrategias que beneficien de una u otra manera a las microempresas de la ciudad de Estelí.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (PYME) juegan un rol esencial en toda sociedad en términos de producción y empleo y perspectivas de crecimiento y Nicaragua no es la excepción. Con el objetivo de contribuir al desarrollo del sector, este documento investiga la problemática de las microempresas en Nicaragua.

Se considera como problemática principal, el estancamiento del desarrollo económico de las microempresas. Como causas de esto se puede decir, que la mayor responsabilidad recae en el conocimiento empírico de los dueños de estos negocios y su desinterés (visión empresarial) para llevar a otros niveles económicos sus negocios. Si la situación planteada se prolonga a través del tiempo muchos de estos negocios podrían permanecer en la misma situación económica y encaminarse a la quiebra y un posible cierre del negocio.

En la actualidad se está promoviendo la innovación, la visión empresarial y el uso de las tecnologías (TICS) para lograr un desarrollo económico sostenible en las empresas; las cuales se han determinado como herramientas de gran utilidad para dar a conocer el negocio y por ende llegar abarcar más mercado.

El presidente de la Cámara de Industrias de Nicaragua, Cadin, Mario Amador, señaló que los microempresarios son un sector que impulsa la economía del país, pero deben elevar su producción para lograr “crear mayores niveles de competitividad”. Ya que sus dueños no están lo suficientemente capacitados como para mejorar y ampliar sus negocios. (elnuevodiario, 2013)

Hoy en día la mayoría de las microempresas de la ciudad de Estelí deberían de hacer uso de: la innovación, las tecnologías y la visión empresarial en pro del desarrollo económico y sostenible de sus negocios. La afectación que causa el problema anteriormente mencionado, afecta directamente el desarrollo económico de los negocios y en su conjunto el avance del desarrollo de la municipalidad-localidad.

III. PREGUNTAS PROBLEMAS.

Pregunta directriz:

¿Cuál es la situación y perspectiva económica de las microempresas en la ciudad de Estelí?

Preguntas específicas:

1. Caracterización económica de las microempresas
2. ¿Cuáles son los factores que afectan el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Estelí?
3. ¿Qué acciones se pueden llevar a cabo para incentivar el desarrollo económico de las microempresas?

IV. JUSTIFICACIÓN.

En Nicaragua existen 122,337, de las cuales 115,085 pertenecen al sector micro y representan el 94.07% del total, según cifras oficiales. La ciudad de Estelí cuenta con 7,495 microempresas. En Nicaragua, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas aportan el 40% del Producto Interno Bruto. (BCN, 2012)

En términos de total de empresas el comercio al por menor es por mucho la primera actividad económica del país. Sin embargo, el 98.5 por ciento de establecimientos de este tipo corresponde a microempresas. (BCN, 2012)

Al conocer el nivel de la visión empresarial que los microempresarios poseen de la ciudad de Estelí, permitirá realizar un diagnóstico general de la situación actual de sus negocios, este elemento servirá de referencia para la creación de una estrategia que impulse el desarrollo económico de sus negocios.

La mayoría de las empresas en Nicaragua son pequeños negocios familiares de 1.7 empleados en promedio. Lo que se considera como PYME apenas alcanza al 5.72 por ciento del total de empresas en el país con 13.7 empleados por establecimiento. Sin embargo, la distribución del empleo indica que las microempresas contribuyen con el 48.6 por ciento del empleo, mientras que las PYME suman 24.3 por ciento, casi igual que las grandes con 27.1 por ciento. (BCN, 2012)

Con el dato anteriormente abordado se puede decir que las microempresas son importantes para la economía de Nicaragua, ya que representa la principal fuente de empleo, tal importancia ha sido la razón principal para enfocar la investigación en las microempresas.

También que este estudio servirá como base metodológica para la realización de futuras investigaciones y una posible solución de problemas económicos que acontecen en las microempresas de la ciudad de Estelí y vale recalcar que no existe en la actualidad una investigación similar realizada en la ciudad de Estelí.

V. OBJETIVOS.

Objetivo general

Analizar la situación y perspectiva económica de las microempresas en la ciudad de Estelí.

Objetivos específicos

1. Caracterizar de las microempresas de la ciudad de Estelí.
2. Determinar los factores que afectan el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Estelí.
3. Proponer estrategias que incentiven el desarrollo económico de las microempresas en la ciudad de Estelí.

VI. MARCO TEÓRICO.

La situación y perspectivas económicas de las microempresas en la ciudad de Estelí, se han centrado en los siguientes seis ejes teóricos que son: 1) Empresa; 2) MIPYME; 3) Microempresas; 4) Desarrollo empresarial; 5) Estrategias empresariales.

6.1. Empresa

La empresa es un sistema social en el que se integran un conjunto de personas y medios con los que se buscan conseguir objetivos. El logro eficaz de estos objetivos necesita de una organización que haga posible la coordinación coherente de todo los medios y personas que forman parte de la misma. (Salas, 2011)

Al igual que el concepto de empresa ha ido evolucionando a medida que la realidad empresarial se iba modificando, los sistemas de organización empresarial han sufrido notables cambios, provocados por la evolución técnica que se ha producido en los últimos años. (Salas, 2011)

En las economías de mercado, el fin de las empresas privadas es obtener el máximo beneficio para sus propietarios que, desde el momento en que deciden invertir en una empresa, están asumiendo un determinado riesgo por el que serán premiados con el beneficio, o bien, en caso de que se produzcan pérdidas, deberán asumirlas. (Salas, 2011)

6.1.1. Ciclo de producción y ciclo económico de las empresas.

El ciclo de producción de una empresa se puede resumir de la siguiente forma: las empresas compran materias primas, productos terminados y productos semielaborados, que son almacenados y posteriormente utilizados en la fabricación. Una vez que la empresa ha obtenido los productos terminados, se almacenan para ser distribuidos y vendidos entre los clientes. (Salas, 2011)

Paralelamente al ciclo de producción, existe un ciclo económico formado por dos flujos, uno de ingresos constituidos por el dinero obtenido en las ventas y otro de

los gastos ocasionados por los pagos a los proveedores, trabajadores y el resto de sus costos. (Salas, 2011)

6.1.2. Las principales características de la empresa:

Según, la Universidad de Jaén (2011) las principales características de la empresa son:

1. La empresa es un conjunto de factores de producción, entendiendo como tales los elementos necesarios para producir (bienes naturales o semielaborados, factor trabajo, maquinaria y otros bienes de capital); factores mercadotécnicos, pues los productos no se venden por sí mismos, y factores financieros, pues, para realizar las otras tareas, es preciso efectuar inversiones y éstas han de ser financiadas de algún modo. (Universidad de Jaén, 2011)
2. Toda empresa tiene fines u objetivos, que constituyen la propia razón de su existencia. (Universidad de Jaén, 2011)
3. Los distintos factores que integran la empresa se encuentran coordinados para alcanzar sus fines. Sin esa coordinación la empresa no existiría; se trataría de un mero grupo de elementos sin conexión entre sí y, por tanto, incapaces de alcanzar objetivo alguno. (Universidad de Jaén, 2011)
4. La empresa es un sistema. Un sistema es un conjunto de elementos o subsistemas, interrelacionados entre sí y con el sistema global, que trata de alcanzar ciertos objetivos. Por consiguiente, de lo reseñado anteriormente se deduce la evidencia de que la empresa es un sistema. (Universidad de Jaén, 2011)

6.2. Mipyme

De acuerdo con la ley 645 en el artículo 3. Clasificación de la MIPYME; se clasificarán como micro, pequeña y mediana empresa las personas naturales o jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos. La clasificación de cada MIPYME, en la categoría correspondiente a micro, pequeña y mediana se hará conforme a los parámetros indicados a continuación:

VARIABLES	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
Parámetros			
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales (córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas totales anuales (córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: (ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (LEY MIPYME), 2008)

Micro empresa: Sus dueños laboran en las misma, el número de trabajadores no excede de 5 (trabajadores y empleados) el valor total de las ventas no excede de 1 millón de córdobas.

Pequeña empresa: El propietario no necesariamente trabaja en la empresa, el número de trabajadores superior a los 6 sin exceder de 30 personas, el valor total anual de las ventas no excede de 9 millones (córdobas).

Mediana empresa: Número de trabajadores superior a 31 sin exceder de 100 personas, el valor total anual de las ventas no excede de 40 millones (córdobas). En la actualidad en Nicaragua en órgano rector de la ley es el ministerio de fomento, industria y comercio (MIFIC). Las funciones de este ministerio son las de suscribir convenios de cooperación en apoyo a las MIPYMEs, así como formular y administrar el programa nacional de desarrollo a la MIPYME (PROMIPYME).

6.3. Microempresas

Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, en Nicaragua se puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de seis empleados y una facturación acotada. Se puede decir que el dueño de la microempresa suele trabajar en ella. Ahora bien, esto no implica para nada que no sean rentables, sino muy por el contrario, las microempresas son capaces de crecer a un nivel muy importante y de lograr una gran competitividad con sus pares del sector. (Guzmán, 2012).

El proceso de globalización, la transformación tecnológica, la competencia entre las empresas, las crisis económicas, la migración, el crecimiento demográfico, etc., que han sucedido a través de los años, han modificado las estructuras productivas de las economías para adecuarse a las nuevas condiciones de competencia internacional, donde el mercado de trabajo no ha sido ajeno, por lo que se han venido creando nuevas formas de trabajar. Las microempresas han cobrado cada vez mayor importancia, entre otras cosas por el hecho de que tales organizaciones tienen la capacidad de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital, demostrando el potencial innovador para enfrentar la flexibilidad productiva. En casi todos los países, la generación de empleos se ha venido reduciendo de tal forma, que el gobierno, y el sector privado (grandes y medianas empresas) no han podido absorber a la población en edad de trabajar. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

Se ha acostumbrado a llamar a la microempresa como un sector de subsistencia, perteneciente al sector informal de la economía, por lo que en la concepción común son un estadio temporal en la inserción al sector formal y de grandes empresas. Diversos autores explican la creación y existencia de la microempresa como resultado de la incapacidad de un país para ofrecer empleo formal y como un elemento de subsistencia. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

Sin embargo, la microempresa es la oportunidad más cercana del desarrollo de la creatividad personal al desarrollo comunitario y por tanto a la fortaleza de las estructuras económicas de los países. Las microempresas suelen utilizar mano de obra familiar y recursos locales, escasa dotación de capital, tecnologías con uso intensivo de mano de obra y una fuerza de trabajo no calificada que adquirió sus conocimientos fuera del sector educativo académico. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

La creación de una micro empresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. (Guzmán, 2012)

Más allá de que la característica principal de las micro empresas es su tamaño acotado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico. (Guzmán, 2012)

Hoy en día, es cada vez más difícil que una familia alcance a cubrir sus necesidades con una sola fuente de ingresos; por lo tanto, cada vez más personas analizan la posibilidad de crear un negocio⁷ familiar para obtener un ingreso extra que, en muchos casos, le permite a la familia que desea desarrollarlo desde la comodidad de su hogar. Este negocio familiar puede convertirse en la principal fuente de ingresos de la familia y ser una ocupación a tiempo parcial, y a medida que sea más rentable, se convierte en una ocupación a tiempo completo. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

La micro empresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra). (Guzmán, 2012)

Esto ocurre ya que la microempresa puede ser una salida laboral para un desempleado o un ama de casa. Por esta situación mencionada, las microempresas emplean a un sector poblacional que puede haber quedado afuera

del mercado laboral y asimismo por los esfuerzos que implica para quienes la llevan a cabo es importante que reciban el apoyo por parte del gobierno y también es relevante la asistencia que puedan recibir por parte de las entidades financieras a través de créditos; con el tiempo, una microempresa exitosa puede convertirse en una pyme de mayor envergadura. (Guzmán, 2012)

6.3.1. Tipos de microempresas según su acumulación.

Microempresas de subsistencia: Son aquellas que tienen tan baja productividad que sólo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

Microempresas de acumulación simple: Son aquellas empresas que generan ingresos que cubren los costos de su actividad, aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en capital. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

Microempresas de acumulación ampliada: Son las empresas en las que su productividad es suficientemente elevada como para permitir acumular excedente e invertirlo en el crecimiento de la empresa. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

6.3.2. Tipos de diversificación de las microempresas.

Diversificación homogénea: cuando la empresa se introduce en una actividad similar a la que venía realizando.

Diversificación heterogénea: la empresa se introduce en sectores totalmente diferentes a su actividad principal. (Universidad de Córdoba, 2011)

Integración vertical: cuando una empresa realiza todos los procesos de la cadena productiva, desde la obtención de la materia prima hasta la distribución de los productos a los clientes. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.3.3. Tipos de microempresas según su actividad económica.

Servicio: Son aquellas actividades, que, sin crear bienes materiales, se destinan directa o indirectamente a satisfacer necesidades humanas.

Comercio: Se refiere a la actividad de comprar y vender productos (intercambio y transporte de bienes y servicios)

Manufactura: Es la transformación de las materias primas en un producto totalmente terminado que ya está en condiciones de ser destinado a la venta en algún mercado, o sea cotiza en el mercado correspondiente. (actividades programadas y organizadas para la transformación

6.3.4. Origen de la microempresa

Las microempresas tuvieron su partida desde el mundo del trabajo, ya que nacieron debido a la falta de empleo y a la necesidad de la población pobre de obtener ingresos. Por lo que, al analizar las estadísticas de empleo y buscando definir conceptos que explicaran los procesos de creación de puestos de trabajo por fuera de las actividades “formales” de la economía, es que surgió la denominación de sector informal de la economía. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006).

6.3.5. Importancia

La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución al desarrollo, como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. (Guzmán, 2012)

Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial”, dice el sociólogo chileno Oscar Mac-Clure, en su trabajo “Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?” (Guzmán, 2012)

6.3.6. Dificultades de la microempresa

Los microempresarios no siempre logran establecer una dirección adecuada, y se ven inmersos en un cúmulo de problemas que pueden deberse a muy diversos

factores, en ocasiones incluso son factores externos a la microempresa. Algunos de los problemas son:

a) Planta laboral: debido a que en la microempresa muchas veces no se puede conceder salarios muy altos, competitivos en el mercado laboral, tendrá muchas veces en idear alternativas con el fin de captar y conservar al personal que requiere para llevar a cabo sus actividades. Es así que el microempresario debiera proporcionar un clima en donde sus empleados puedan sentirse útiles y satisfacer sus necesidades no sólo económicas, sino también psicológicas como son la seguridad, reconocimiento, competencia, satisfacción y sensación de pertenencia a la empresa, lo que puede lograr a través de la capacitación de su personal, implementación de sistemas de retribución a los mejores trabajadores, entre otras cosas. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

b) La competencia de los productos a través del juego de precios: el microempresario muchas veces se ve desfavorecido con las grandes corporaciones por la ausencia de capital de riesgo y de estrategias óptimas de mercadeo. La política de precios en una empresa depende de múltiples factores que afectan su estructura. Por tanto, es necesario que los gestores de la empresa deben estar preparados para asumir estas situaciones, que conozcan de todas las variables que afectan el precio de producto o servicio y de dar soluciones a dichos hechos. El precio debe reflejar la calidad del producto o servicio, así como incluir el margen de utilidad de la empresa. Además, el empresario debe idear maneras ingeniosas de atar la comercialización y ventas con servicios a brindar, como el trato hacia el cliente en materia de atención, ofertas o descuentos especiales, combos, etc. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

c) El apalancamiento: en la medida que el empresario invierta correctamente su dinero, tiene mayores oportunidades de obtener mayor rentabilidad, por lo que es necesario que se asesore correctamente. Muchas veces, el empresario no está dispuesto o simplemente no puede invertir más, por lo que la empresa no puede crecer o expandirse como pudiera, por lo que pierde muchas oportunidades de

ganar más dinero para beneficio de la organización. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

d) Malas estrategias de ventas: la persona encargada de las ventas es una de las más importantes ya que de la actividad comercial depende el futuro de la empresa, por lo que debe ser una persona que conozca el tema. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

e) Alta cartera vencida: “una venta no está totalmente realizada hasta no haber sido cobrada” es una frase muy cierta en las microempresas ya que muchas veces las microempresas trabajan a consignación y a crédito. Es común que muchos dueños de negocios se encuentran sin capital en el banco, sino que ésta está representada por las cuentas por cobrar. Diversos estudios dan cuenta que muchos negocios fracasan por la débil o inexistentes políticas de cobro. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

Todas estas dificultades están relacionadas con el hecho de que los que manejan la microempresa debieran adecuarse a los cambios económicos, ya que su falta de manejo en las diferentes áreas de la empresa, reflejan fallas en la gestión en el manejo del negocio, sea cual fuere el sector económico. La competencia en estos tiempos es voraz y solo se puede competir en condiciones de mayor conocimiento del mercado, por lo que la capacitación de los empresarios es muy importante, sin dejar de lado, a los demás empleados de la empresa. Es decir, los problemas son de falta y desconocimiento de gestión y liderazgo en el manejo de la empresa. (Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú, 2006)

La competitividad y productividad de las microempresas, sobre todo de las de tipo tradicional está siendo amenazada por la incorporación de modernos conceptos de negocio, que evidencian: (Guzmán, 2012)

- Limitada profesionalización.
- Crecimiento desordenado.
- Rezago tecnológico.
- Altos consumos de energía.

- Imagen comercial descuidada e insalubre.
- Administración informal ("de cajón").
- Limitados accesos al financiamiento.

6.3.7. El financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse. (<https://es.scribd.com>, 2010)

Existen diferentes fuentes de financiamiento (<https://es.scribd.com>, 2010) :

- Ahorros personales
- Amigos y parientes que pueden prestarnos capital sin intereses o a tasas muy bajas.
- Bancos y uniones de crédito.
- Inversionistas de riesgo.
- Empresas de capital de inversión. Financiamiento a corto plazo:
- Créditos comerciales
- Créditos bancarios
- Pagarés
- Líneas de crédito
- Papeles comerciales
- Financiamiento por medio de cuentas por cobrar
- Financiamiento por medio de inventarios. Financiamiento a largo plazo:
- Hipotecas

6.3.8. Inversión de la microempresa

Se habla de inversión cuando destinas tu dinero para la compra de bienes que no son de consumo final y que sirven para producir otros bienes, por ejemplo, una

máquina para hacer zapatos, ya que puedes venderlos y recibir ganancias. (maneja tus finanzas.com, 2014)

También hablamos de inversión cuando utilizas tu dinero en productos o proyectos que se consideran lucrativos, ya sea la creación de una empresa o la adquisición de acciones. Toda inversión tiene implícito un riesgo, que debes contemplar antes de tomar una decisión. (maneja tus finanzas.com, 2014)

Estrictamente, es aquella parte de la producción que no se destina al Consumo inmediato sino a la producción de nuevos Bienes De Consumo o de nuevos bienes de Capital. En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos.

El fin de la Inversión es mantener e incrementar la producción de Bienes de Consumo, para lo cual es necesario reponer el Stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho Stock.

6.3.9. Inversión en capital de trabajo

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (Gerencie.com, 2011)

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo. (Gerencie.com, 2011)

6.3.10. Inversión en activo fijo

En términos generales, el activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa. (Gerencie.com, 2011)

Los activos físicos o tangibles de la empresa se suelen clasificar en activos fijos y movibles. Los activos movibles son aquellos que están destinados para venderse, los activos fijos no. Un bien que la empresa ha construido o adquirido con el objetivo

de conservarlo para utilizarlo, explotarlo, para ponerlo al servicio de la empresa, se considera fijo. (Gerencie.com, 2011)

6.3.11. Inversión en mejoras de local

Las adiciones y mejoras que se realicen a los activos fijos que se capitalicen, entran a formar parte de la base sobre la cual se calcula la depreciación. (Gerencie.com, 2011)

Cuando se hacen adiciones y mejoras a un activo fijo, estas por lo general se capitalizan, es decir, se llevan como un mayor valor del activo, lo cual, implica que el valor invertido en las adiciones y mejoras (Gerencie.com, 2011)

6.4. Desarrollo empresarial

Durante la vida de la empresa ésta puede aprovechar las oportunidades de negocio del mercado para obtener mayores beneficios. Es en este momento cuando la empresa puede aumentar su tamaño, referido tanto a sus dimensiones como al aumento de producción. A este fenómeno se le conoce con el nombre de desarrollo empresarial. (Universidad de Córdoba, 2011)

El desarrollo empresarial lo podemos dividir en dos estrategias dependiendo de si el objetivo se centra en aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal a la que se dedican en cuyo caso hablamos de expansión, o si, por el contrario, el desarrollo consiste en una ampliación de sus actividades introduciéndose en nuevos mercados hasta ahora desconocidos, en cuyo caso nos referimos a la estrategia de diversificación. (Universidad de Córdoba, 2011)

Para poder lograr el desarrollo empresarial se: (Avendaño, 2011)

- Requiere de un ser humano creativo, con energía e iniciativa personal para construir una empresa.
- Requiere de un ser humano con visión, pasión, compromiso y motivación para transmitir estas actitudes a sus colaboradores o socios.
- El desarrollo empresarial integral se encuentra en un proceso donde: En este desarrollo Se Informa, Se Piensa, Se Analiza, Se Planea, Se Actúa.

Hoy en día se requiere de un monitoreo constante del mercado donde se mueve su empresa; precios, reacciones del cliente, diseños, novedades, tendencias, cambios en la conducta del consumidor, nuevas preferencias. “INFORMACIÓN” (Avendaño, 2011)

Así mismo la observación permanente de la competencia, sus acciones, sus reacciones, sus estrategias y tácticas y la amenaza que significa o puede llegar a implicar, se ha convertido en la panacea para triunfar o simplemente sobrevivir en el mercado. (Avendaño, 2011)

6.4.1. Visión empresarial

Se denomina visión empresarial a aquella habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectándose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde deberá funcionar, con nuevas necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello.

La Visión Empresarial se comprende a profundidad cuando los empresarios caen en la cuenta de que algo hace falta en la organización. Como todas aquellas cuestiones que son “obligatorias” o son parte de la “convención empresarial”, la visión es uno de esos requisitos, que conllevan algo más profundo y que no se entienden del todo hasta que es evidente la necesidad de determinar la personalidad moral de la empresa. (Murillo, 2011)

La visión empresarial no significa llevar al exceso la imaginación ni basarse en utopías, sino que debe sentarse en estudios sólidos y consistentes de las variables que pueden intervenir en el proceso, a las que se le da una particular y consistente proyección. La realidad de las posibilidades del medio y de la propia empresa, la coherencia con la misión, los objetivos y la imagen que se procura que la clientela tenga de la empresa, deben ser siempre tenidos en cuenta, para no poseer una visión distorsionada que puede llevar a la entidad a embarcarse en proyectos irrealizables.

Visión es la idea central de cómo la dirección cree que se desarrollará el entorno de mercado y cómo se desarrollarán o deberían desarrollarse las actividades futuras de la organización. (Murillo, 2011)

Una visión debe tener las siguientes características:

- Informada. Fundamentada en una comprensión firme de la actividad presente y de las fuerzas que modelan el futuro.
- Compartida. Creada mediante la colaboración de los jugadores clave de la empresa.
- Competitiva. Crea las condiciones para ganar en toda la organización.
- Habilitante. Faculta a los individuos a tomar decisiones significativas sobre tácticas y estrategias.
- Cohesionada. Motivante del trabajo en equipo y que delimite la particular forma de ver y hacer las cosas de la organización, generando una cultura empresarial.

Quien tiene visión empresarial preanuncia los cambios y trata de adaptar a ellos sus recursos, por ejemplo, adecuando su tecnología, capacitando a su personal, abriendo sucursales donde se estima existen potenciales clientes, modificando sus productos o fabricando nuevas alternativas ante los cambios en los gustos o necesidades de la clientela, etcétera.

Plantearse una visión empresarial no es una cuestión trivial y a veces incluso parece sin sentido, sin embargo, el éxito de una organización depende en gran medida en su capacidad para alinear todos los componentes que participan en ella hacia una visión común. Desde esta perspectiva a visión empresarial debe servir en las organizaciones para: (Murillo, 2011)

- Determinar las condiciones y el marco de referencia sobre las que la empresa se desarrollará desde su nacimiento y hasta que cumpla 5 años (es conveniente afinar la visión cada 5 años).
- Ser el origen de la misión de la empresa, permitir a la organización desdoblar la respuesta a: ¿Cómo hacer las cosas en la organización?

- Ser la base para el planteamiento de objetivos de mediano plazo (3 años).
- Ser el insumo intelectual de los procesos, metodologías e información (1 año).
- Funcionar como el referente de los valores y, en consecuencia, normar la toma de decisiones diarias de las personas que trabajan en la organización.
- Crear cultura empresarial (para toda la vida).

La visión empresarial es necesaria porque dirige las acciones hacia los objetivos, planea estrategias, asigna recursos, moviliza, planifica, motiva, y hace que la empresa crezca y se posicione mejor en el mercado y sobreviva a la competencia.

6.4.2. Crecimiento de la empresa

Crecimiento interno: La empresa realiza inversiones por medio de las cuales consigue aumentar su tamaño (activos) y las ventas. (estrategias de expansión, diversificación). (Universidad de Córdoba, 2011)

Crecimiento externo: se produce una unión entre dos o más empresas, o una de ellas compra a la otra. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.5. Estrategias empresariales

La estrategia es un proceso de reflexión y de decisión sobre los objetivos y acciones de la organización. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

La estrategia, por su papel vital, es uno de los campos más prolíficos y estudiados de la gestión de empresas. Su complejidad e incertidumbre es fruto de la síntesis que realiza de los elementos de la empresa y del entorno. Despierta un gran interés porque marca el argumento del drama en el que se decide el destino de las empresas y del que resultan sus mayores aciertos y sus más denigrantes fracasos. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

La estrategia no es más que una decisión sobre las metas, objetivos y acciones de la organización para prosperar en su entorno. La toma de estas se produce tras un análisis del entorno de la organización, sus mercados y sus competidores. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

La estrategia debe ajustar los medios a los objetivos. Las acciones que prepara no consisten solamente en las tareas necesarias para conseguir de forma inmediata un determinado objetivo. También consisten en programas mediante los que se crean capacidades para mejorar la consecución de esos objetivos en el futuro. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

La estrategia requiere seleccionar unos mercados atractivos y conseguir una posición competitiva favorable en los mismos. Esto conlleva la decisión sobre tres aspectos:

- Selección de los clientes a los que se va a servir.
- Selección de la proposición de valor que se les proporcionará.
- Selección de las capacidades que permitirán crear valor tanto a los clientes como a los accionistas.

La estrategia implica elecciones, tomar unos caminos y descartar otros. Así, las soluciones de compromiso que tratan de evitar las tomas de posición suelen ser castigados duramente. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

El propósito de la estrategia es mejorar la posición respecto a los competidores. En el de las empresas pasa por construir y utilizar una ventaja competitiva que les permita satisfacer mejor a los clientes y retribuir mejor a sus accionistas. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

Estas elecciones permiten apreciar que las decisiones de segmentación, posicionamiento y diferenciación son vitales en la estrategia. Como también lo es decidir y cultivar meticulosamente las capacidades necesarias para desarrollarla. (CYNERTIA CONSULTING, 2009)

6.5.1. Expansión

Hablamos de expansión si el objetivo se centra en aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal a la que se dedican. (Universidad de Córdoba, 2011)

Es una forma de desarrollo empresarial que se basa en intensificar el esfuerzo en la actividad actual de la empresa. No supone una ruptura con la situación actual de la compañía. (Universidad de Córdoba, 2011)

Estrategias de expansión:

Penetración en el mercado: el objetivo principal consiste en aumentar las ventas, para ello pueden recurrir a sus clientes habituales o a nuevos clientes. (Universidad de Córdoba, 2011)

Desarrollo del mercado: búsqueda de nuevos mercados para comercializar el producto o servicio prestado por la empresa. Para llevar a cabo este tipo de expansión es necesario que la empresa disponga de los recursos materiales, financieros y humanos para llevarla a cabo. (Universidad de Córdoba, 2011)

Desarrollo del producto: se produce una mejora de sus productos tradicionales. Este tipo de estrategia de expansión es muy común cuando se produce situaciones de competencia tecnológica entre empresas que comercializan el mismo producto. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.5.2. Diversificación

Las empresas se introducen en nuevos mercados ofertando nuevos productos procedentes de campos de actuación diferentes. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.5.3. Innovación

Si se persigue el crecimiento de la empresa es necesario que éste estudie e investigue constantemente todo aquello referente a nuevos productos y procesos productivos. (Universidad de Córdoba, 2011)

La empresa debe ser innovadora, aunque no debe olvidar que la innovación e investigación requiere un desembolso económico bastante elevado, de ahí que en la mayoría de los casos la empresa opte por aplicar preferentemente los conocimientos adquiridos y desarrollarlos con tecnología propia. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.5.4. Estrategia de entorno.

Este tipo de estrategias de crecimiento persigue el reconocimiento de la imagen pública de la empresa por encima de la propia comercialización de productos. (Universidad de Córdoba, 2011)

6.5.5. Características

Las estrategias de una empresa deben reunir las siguientes características: (Grández, 2007)

- Deben ser los medios o las formas que permitan lograr los objetivos; los objetivos deben ser los "fines" y las estrategias "los medios" que permitan alcanzarlos (Eficacia).
- Deben guiar al logro de los objetivos con la menor cantidad de recursos, y en el menor tiempo posible (Eficiencia).
- Deben ser claras y comprensibles para todos.
- Deben estar alineadas y ser coherentes con los valores, principios y cultura de la empresa.
- Deben considerar adecuadamente la capacidad y los recursos de la empresa.
- Deben representar un reto para la empresa.
- Deben poder ejecutarse en un tiempo razonable.

6.5.6. Tipos de estrategias

Las estrategias de una empresa básicamente se clasifican en estrategias generales y estrategias específicas:

Estrategias generales

Las estrategias generales son estrategias que consideran a la empresa como un todo, es decir, sirven para alcanzar los objetivos generales de la empresa. (Grández, 2007)

- Diversificar los productos.
- Diversificar los mercados.

- Competir en base a los costos.
- Competir en base a la diferenciación.
- Enfocarse en un segmento de mercado específico.
- Fusionarse con otra empresa.

Estrategias específicas

Las estrategias específicas son estrategias que sirven de ayuda para poder llevar a cabo las estrategias generales; las estrategias específicas más conocidas y utilizadas son las estrategias de marketing. (Grández, 2007)

- Aumentar el número de vendedores.
- Aumentar el número de puntos de ventas.
- Disminuir los precios.
- Elevar el gasto en publicidad.
- Agregar nuevas promociones de ventas.
- Establecer nuevos sistemas de información.

VII. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.

7.1. Hipótesis

La situación actual de las microempresas de la ciudad de Estelí está limitando su desarrollo empresarial debido a la falta de visión y conocimiento empresarial de los microempresarios.

Unidad de observación: Microempresas del Distrito II.

Variable dependiente: Desarrollo Empresarial

Variable Independiente: Visión empresarial y el conocimiento empírico.

7.2. Matriz de operacionalización de variables.

OBJETIVOS	VARIABLES	CONCEPTO	SUB VARIABLE	INDICADOR	DIRIGIDO A	INSTRUMENTO
 Caracterización de las microempresas de la ciudad de Estelí.	microempresas	Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, en Nicaragua se puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de seis empleados y una facturación acotada.	Tipo	Subsistencia	Las microempresas	Encuesta
				Acumulación simple		
				Acumulación ampliada		
			Actividad económica	Servicio		
				comercio		
				manufactura		
			Diversificación	Integración vertical		
				heterogéneo		
				homogénea		

OBJETIVOS	VARIABLES	CONCEPTO	SUB VARIABLE	INDICADOR	DIRIGIDO A	INSTRUMENTO
<p>✚ Determinar los factores que afectan el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Estelí.</p>	Desarrollo empresarial	<p>lo podemos dividir en dos estrategias dependiendo de si el objetivo se centra en aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal a la que se dedican en cuyo caso hablamos de expansión, o si, por el contrario, el desarrollo consiste en una ampliación de sus actividades introduciéndose en nuevos mercados.</p>	Inversión	inversión en capital de trabajo	Las microempresas	Encuesta y entrevista
				Inversión en mejoras de local		
				Inversión en activo fijo		
			Financiamiento	Tipos de financiamiento comercial		
				importancia		
				Requisitos		
			Visión empresarial	Proyecciones a futuro		
				organización		
				Innovación		
				Incremento de la empresa		

OBJETIVOS	VARIABLES	CONCEPTO	SUB VARIABLE	INDICADOR	DIRIGIDO A	INSTRUMENTO
<p>✚ Proponer estrategias que incentiven el desarrollo económico de las microempresas en la ciudad de Estelí.</p>	Estrategias de desarrollo empresarial.	<p>La estrategia es un proceso de reflexión y de decisión sobre los objetivos y acciones. La estrategia no es más que una decisión sobre las metas, objetivos y acciones para prosperar en su entorno.</p>	Estrategias de desarrollo	Políticas públicas en pro del desarrollo de las microempresas.	Las microempresas	Encuesta
				Establecer nuevos sistemas de información		
				Capacitación adecuada para la profesionalización de los microempresarios		

VIII. DISEÑO METODOLÓGICO

Con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en la presente investigación se estructuró metodológicamente de la siguiente manera:

8.1. Tipo de estudio.

Esta investigación es aplicada, debido a que obtendrá la información partiendo de la implementación de instrumentos de recolección de datos a una población real con microempresarios del barrio José Benito Escobar de la ciudad de Estelí.

8.1.1. Según el carácter de la medición

Esta investigación es cualitativa, porque se considera el uso de datos para el procesamiento y análisis de la información, a fin de establecer relación de causa y efecto entre las variables.

8.1.2. Según el alcance temporal

Por el nivel de amplitud el estudio es de corte transversal ya que es de corto plazo, y solo se abarcará el primer semestre del año 2016.

8.2. Paradigmas

Sobre la base a los supuestos anteriores, la presente investigación se orienta por el paradigma positivista, al adquirir un conocimiento relativo de las variables de estudio a partir de la percepción de la realidad observable empleando métodos, técnicas y teorías para obtener datos pertinentes al objeto de investigación, que en su cuantificación y análisis permita determinar la naturaleza del problema a fin de generar respuestas validas, para responder así, a las interrogantes planteadas.

8.3. Universo

El universo del estudio serán todas las microempresas de la ciudad de Estelí. Las personas a encuestar son los propietarios de estas microempresas.

8.4. Muestra

8.4.1. Tamaño de la muestra

Como tamaño de la muestra se tomarán las 113 microempresas del barrio José Benito escobar matriculadas en la alcaldía de la ciudad de Estelí.

Se tomó el barrio José Benito Escobar como tamaño de la muestra porque presenta un sin número de negocios de los diferentes sectores (primario, secundario, terciario) y entre ello diferentes actividades económicas.

8.4.2. Tipo de muestreo

El muestreo utilizado es un muestreo no probabilístico (muestreo por conveniencia) ya que las características de las microempresas de la ciudad de Estelí son similares y también es conveniente por la accesibilidad y proximidad de los sujetos a investigar.

8.5. Técnicas de recolección de información

8.5.1. Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación de mercados que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados que se utilizan para obtener datos precisos de las personas encuestadas.

8.6. Métodos.

En dicha investigación es de suma importancia el uso de la metodología correcta para la obtención de datos o información exacta para sus resultados.

- **Método Deductivo**

Mediante la aplicación de la encuesta se encuentra respuesta hacia la hipótesis planteada, esto se lleva a cabo después de la aplicación del método inductivo.

8.7. Etapas de la investigación

Etapa I: Revisión documental.

La primera etapa para elaborar la investigación sobre la situación y perspectivas de las microempresas de la ciudad de Estelí es la investigación documental y revisión donde se lleva a cabo una serie de procesos o métodos para la obtención de dicha información, donde se utilizarán fuentes necesarias para problemas investigativos como libros e internet; estos brindarán las bases para poder dar una organización adecuada de la información recolectada de los instrumentos.

En esta etapa se investigará sobre las principales fuentes de información de acuerdo a la utilización de instrumentos.

Etapa II: Elaboración de los instrumentos.

En esta etapa se elaborará la guía de encuesta, la cual será aplicada a microempresarios de la ciudad de Estelí durante el primer semestre del año 2016, con el objetivo de tener información acerca del sector microempresario para cumplir con los objetivos de la investigación.

Etapa III. Trabajo de Campo

Se aplicarán encuestas a los propietarios de las diferentes microempresas de la ciudad de Estelí durante el primer semestre del año 2016, por medio de estas se adquirió información necesaria para determinar los principales problemas estructurales que influyen en el desarrollo económico de las mismas.

IX. RESULTADOS

A través del presente análisis se determinará la caracterización de las microempresas de la ciudad de Estelí, los factores que afectan el desarrollo de las microempresas y se propondrán estrategias que incentiven el desarrollo económico de las microempresas en la ciudad de Estelí.

Con los resultados obtenidos por medio de la encuesta aplicada a los propietarios de las microempresas se pudo obtener datos importantes para establecer análisis que puedan encaminar a la determinación de los problemas que acarrearán estas microempresas y por ende proponer las posibles estrategias y recomendaciones que se puedan establecer con el fin de que coadyuven al objetivo del desarrollo económico de las microempresas.

9.1. Caracterizar las microempresas de la ciudad de Estelí.

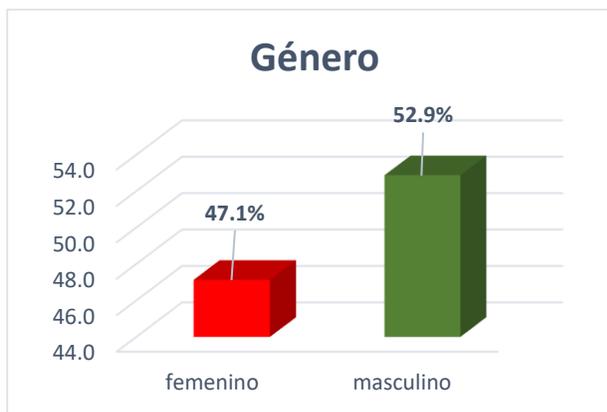
En el siguiente análisis se aborda aspectos puntuales para poder caracterizar a las microempresas de la ciudad de Estelí aspectos tales como: Género, edad, nivel educativo, sector económico, años de operar, número de trabajadores, utilización de registro, el tipo de registro que lleva.

A través de estas variables se podrá establecer el nivel de administración que se lleva en las microempresas, si estas están operadas en su mayoría por hombres o por mujeres, en qué sector económico operan la mayoría de estas microempresas.

9.1.1. Género

La mayoría de los dueños de negocios encuestados fueron hombres, pero nada más con una relativa diferencia con relación a las mujeres dueñas de negocios. Los hombres como jefes del hogar están encargados del sustento de la familia, pero en la actualidad las mujeres se están empoderando.

Gráfico N° 1. Género del encuestado



Fuente: Elaboración propia

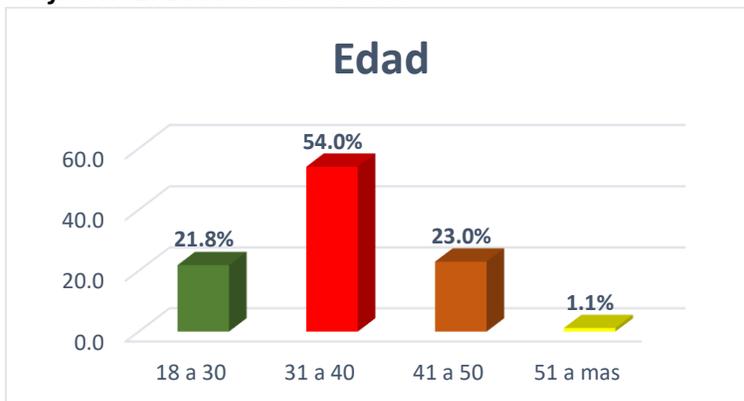
Las mujeres están emprendiendo en sus propios negocios es por tal razón que se pueden ver a través del tiempo a más mujeres estableciendo nuevos negocios.

Según la ONU (2012) el sector privado es un socio clave en los esfuerzos de promoción de la igualdad de género y del empoderamiento de la mujer.

9.1.2. Edad

Las edades más comúnmente encontradas se sitúan entre 31 a 40 años de edad, entre mujeres y hombres propietarios de negocios es en estas edades donde las personas tienen un mayor grado de madurez y por ende establecidas sus

Gráfico N° 2. Edad del encuestado

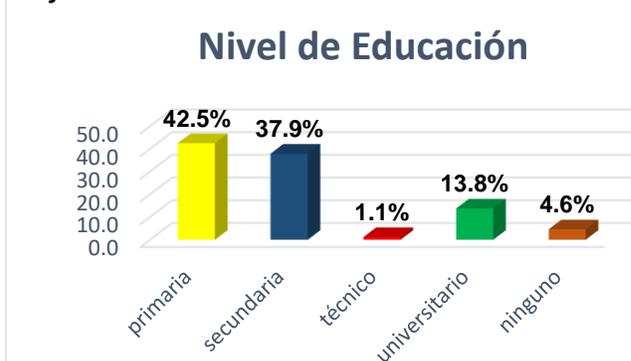


Fuente: Elaboración propia

prioridades. Lo llamativo es que si vemos el nivel educativo de estos microempresarios es muy bajo y son personas ya en edades adultas que no han podido seguir y culminar sus estudios y esto no abona en nada al desarrollo económico de las microempresas por lo tanto tenemos dueños de microempresas con un corto conocimiento que ayude a alcanzar mejor crecimiento en el negocio.

9.1.3. Educación

Gráfico N° 3 Nivel educativo



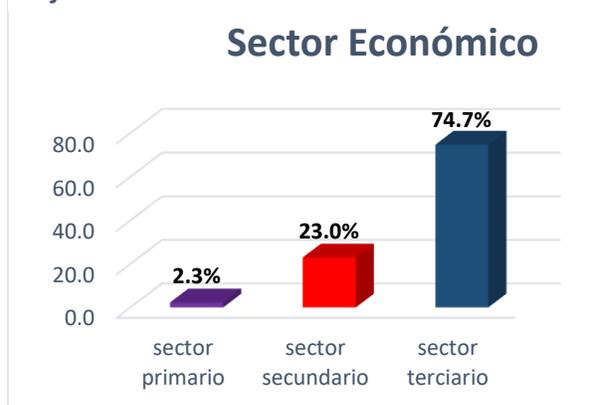
Fuente: Elaboración propia

El nivel educativo más encontrado en los dueños de negocios es primaria seguido por secundaria y en menores niveles se encuentra el técnico medio, universitario y ningún nivel educativo. Los niveles de educación encontrados son

muy desalentadores por que a mayor nivel educativo las personas tienen más oportunidades de hacer crecer económicamente sus negocios gracias a los conocimientos científicos o técnicos que pueden ser utilizados en pro del crecimiento de las microempresas.

9.1.4. Sector Económico

Gráfico N° 4 sector económico



Fuente: Elaboración propia

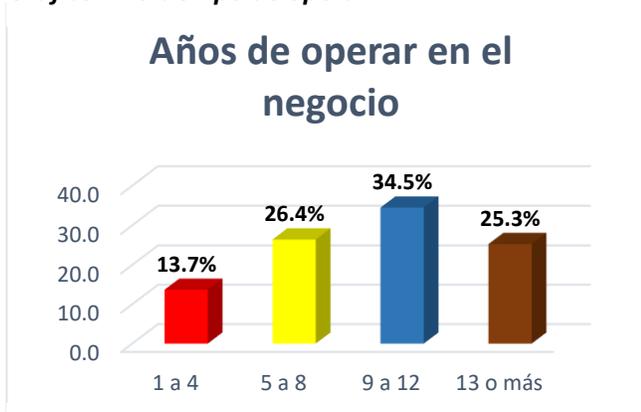
El sector que más predomina en las microempresas de la ciudad de Estelí es el sector terciario (microempresas de comercio y servicio) seguido por el sector secundario (microempresas transformadoras de materias primas) y en un nivel más bajo el sector primario. El comercio de bienes es lo más comúnmente que se encuentra en las microempresas de la ciudad de

Estelí, las personas con bajos niveles educativos y carentes del conocimiento del algún oficio (producción de un bien) el comercio de bienes es la actividad que encuentran más fáciles de realizar las personas.

9.1.5. Años de operar

Las microempresas de la ciudad de Estelí se han podido mantener en operaciones durante un tiempo considerable, de 1 a 4 se encuentran las microempresas nuevas, de 5 a 8 años las microempresas jóvenes de 9 a 12 años las microempresas maduras y de 13 años a mas las microempresas viejas, de 9 a 12

Gráfico N° 5 tiempo de operar



Fuente: Elaboración propia

años es el tiempo de operar que más se encuentra en estas microempresas lo que

muestra que han sido estables tomando en cuenta que en evaluación de proyectos después del año 5 una empresa ya es estable otro aspecto que se resalta es que pueden ser más los negocios que se mantienen que los que fracasan. Pero también estos datos pueden mostrar que son pocas las microempresas que crecen y evolucionan (a pequeñas empresas).

9.1.6. trabajadores

Gráfico N° 6 trabajadores



Fuente: Elaboración propia

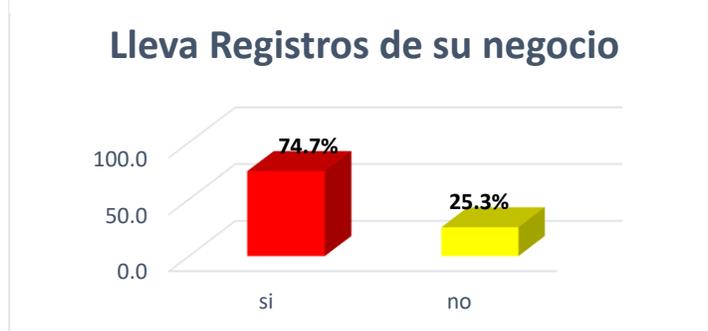
Las microempresas emplean a un número de trabajadores bastante bajo, pero por la cantidad de microempresas existentes en la ciudad de Estelí se vuelven muy importantes en la creación de puestos de trabajo y por ende emplear personas desocupadas. Por lo general estas microempresas son atendidas por

los propios propietarios y en algunos casos se necesitan de más personas para la operación adecuada del negocio (para la atención al cliente, para aumento de la producción o abastecer la demanda, y otros puestos de trabajo)

Según el BCN (2012) la mayoría de las empresas en Nicaragua son pequeños negocios familiares de 1.7 empleados en promedio. Lo que se considera como PYME apenas alcanza al 5.72 por ciento del total de empresas en el país con 13.7 empleados por establecimiento. Sin embargo, la distribución del empleo indica que las microempresas contribuyen con el 48.6 por ciento del empleo, mientras que las PYME suman 24.3 por ciento, casi igual que las grandes con 27.1 por ciento.

9.1.7. Registros de su negocio

Gráfico N° 7 registros

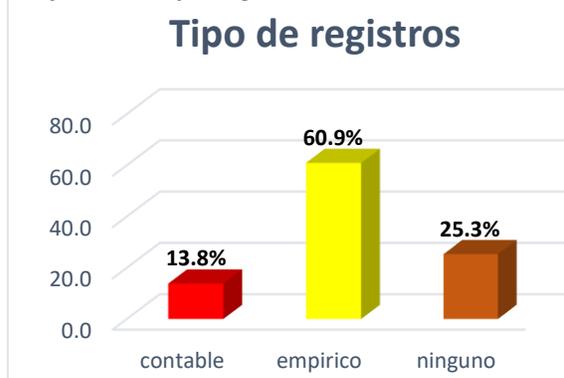


Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los propietarios de las microempresas de la ciudad de Estelí llevan registros de sus negocios la mayoría de estos registros son de las ventas realizadas considerando un punto importante para todo dueño porque de esta manera se da una idea de cómo anda su negocio.

9.1.8. Tipo de registro

Gráfico N° 8 tipo registros



Fuente: Elaboración propia

Si bien es cierto la mayoría de los propietarios de las microempresas de la ciudad de Estelí lleva un registro de sus negocios que para ellos es algo importante pero el tipo de registro que llevan la mayoría de estas microempresas es un registro empírico establecidos por los propietarios, por la falta de conocimiento, como causa el bajo

nivel educativo impide que estos microempresarios tengan una idea más precisa del comportamiento de sus negocios. Las microempresas que se encontraron que llevan un registro contable eran dueños con un nivel académico universitario o dueños que sus familiares preparados les ayudan a tener un registro más científico de su negocio.

9.2. Factores que afectan el desarrollo de las microempresas en la ciudad de Estelí.

Por medio de los datos obtenidos a través de la encuesta aplicada a los propietarios de las microempresas de la ciudad de Estelí se determinarán los factores que afectan el desarrollo económico de estas microempresas.

Abordando aspectos como la importancia del financiamiento, los posibles obstáculos que consideran los microempresarios que les impide lograr sus objetivos con respecto al negocio, si estas microempresas hacen uso de las TICS, conocer las estrategias establecidas si usan o no, y si las usan qué tipo de estrategias utilizan y que tan efectivas han llegado hacer además conocer a cerca del crecimiento de los activos (fijo y circulante) y las ventas de estos negocios y cuáles son las expectativas de estos microempresarios con respecto al crecimiento de sus microempresas en los próximos dos años.

9.2.1. Comportamiento de las ventas.

Gráfico N° 9 ventas



Fuente: Elaboración propia

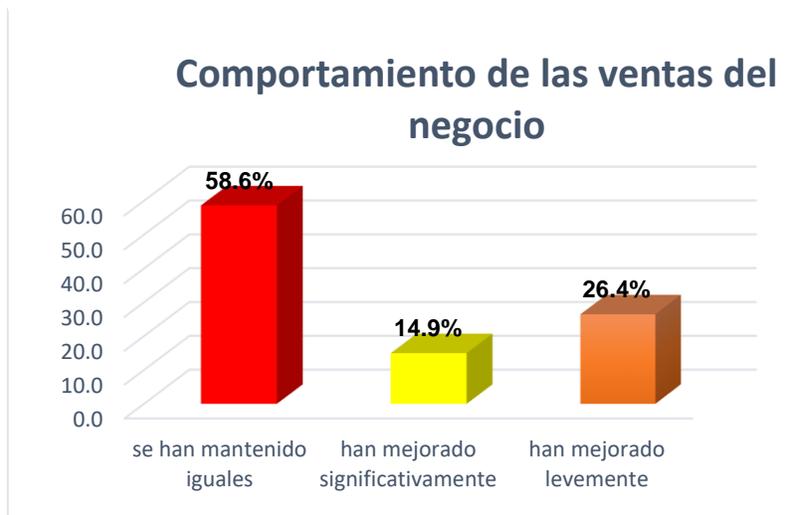
Al abordar a los dueños de las microempresas en el comportamiento de las ventas en el último año se encontró que en la mayoría de estas microempresas las ventas han mostrado un comportamiento estable o iguales. El aumento de las ventas de un negocio

depende de varias variables tanto exógenas (atención al cliente, inventario actualizado, calidad en los productos etc.) como endógenas (los ingresos de las personas, el nivel de empleo, coyunturas económicas, etc.) los propietarios necesitan establecer estrategias que están dentro de sus posibilidades que ayuden a mejorar significativamente sus ventas.

9.2.2. comportamiento de las ventas del negocio con relación al semestre pasado.

Las ventas de las microempresas de la ciudad de Estelí presentan en el último semestre un comportamiento estable pero comparado con la tabla anterior se puede observar que después del año pasado las ventas en el punto “han mejorado levemente” se observa un aumento considerable lo

Gráfico N° 10 ventas inter semestrales



Fuente: Elaboración propia

que se puede decir que las microempresas tuvieron un mejor panorama económico en el primer semestre del año 2016 comparado con el segundo semestre del año 2015.

9.2.3. importancia del financiamiento.

Gráfico N° 11 importancia del financiamiento



Fuente: Elaboración propia

Los microempresarios consideran importante el crédito que brindan las micro financieras porque es a través de este que las microempresas pueden financiar la compra de activos del negocio cuando no se cuenta con capital propio necesario y en algunos casos para realizar mejoras en el local

y de esta manera dar una buena imagen a los clientes. Las micro financieras se han convertido en la actualidad en un factor importante que coadyuvan al desarrollo de las microempresas a través de los créditos que otorgan.

9.2.4. los requisitos que piden las micro financieras son complejos.

La mayoría de los microempresarios consideran que los requisitos que las micro financieras solicitan para aplicar a un crédito no son complejos y esto es algo muy importante porque el financiamiento a las microempresas es de vital ayuda para el desarrollo de las mismas y esto permite que las

Gráfico N° 12 requisitos complejos



Fuente: Elaboración propia

microempresas cuenten con el crédito necesario para la inversión que necesiten realizar los propietarios y que no cuenten con el capital financiero propio necesario para el desarrollo económico de sus microempresas.

9.2.5. Lo más complejo para optar a un financiamiento.

Gráfico N° 13 complejidad del financiamiento



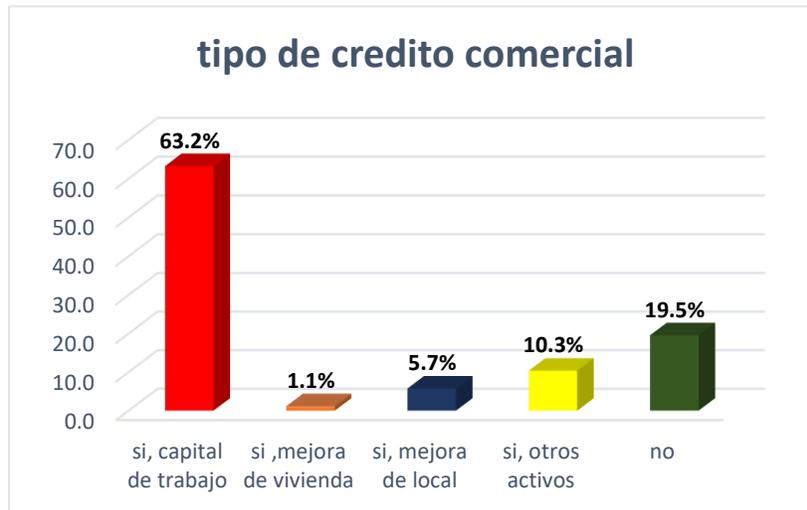
Fuente: Elaboración propia

Los microempresarios se han enfocado en tres cosas las cuales consideran que es lo más complejo para optar a un crédito de la banca no tradicional como bien se observa la respuesta más común fueron la de las tasas de intereses consideradas por los dueños de los negocios muy altas y que debido a esto el beneficio o ganancia de ellos se ve reducida

muy significativamente por lo cual se vuelve menos atractivo para los microempresarios muchas veces optar por un crédito de una micro financiera; el trámite del crédito y la garantía solicitada por la micro financieras son las demás respuestas otorgadas por los propietarios considerando tramites largos con demasiado papeleo y muchas veces no cuentan con la garantía necesaria.

9.2.6. adquisición de crédito comercial

Gráfico N° 14 tipo de crédito comercial

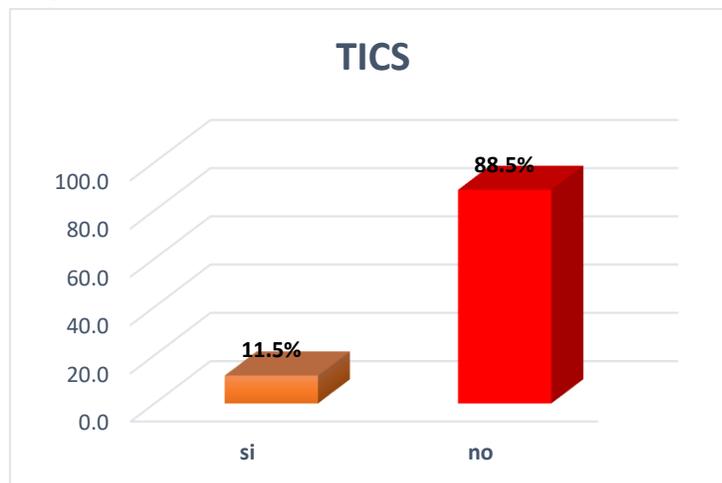


Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de las microempresas de la ciudad de Estelí han utilizado préstamos de las micro financieras mayor parte en capital de trabajo que es un engranaje esencial que la microempresa necesita ya que es el capital de trabajo que hace operar el negocio y los microempresarios invierten mayormente en esta parte (en la compra de inventario comúnmente) y en menor proporción han invertido en mejoras de local, mejoras de vivienda, y la compra de activos fijos. Pero también se encontró microempresas que nunca han utilizado un crédito de las micro financieras la razón más encontrada fue que no es importante el financiamiento para que una microempresa se desarrolle.

9.2.7. TICS.

Gráfico N° 15 TICS

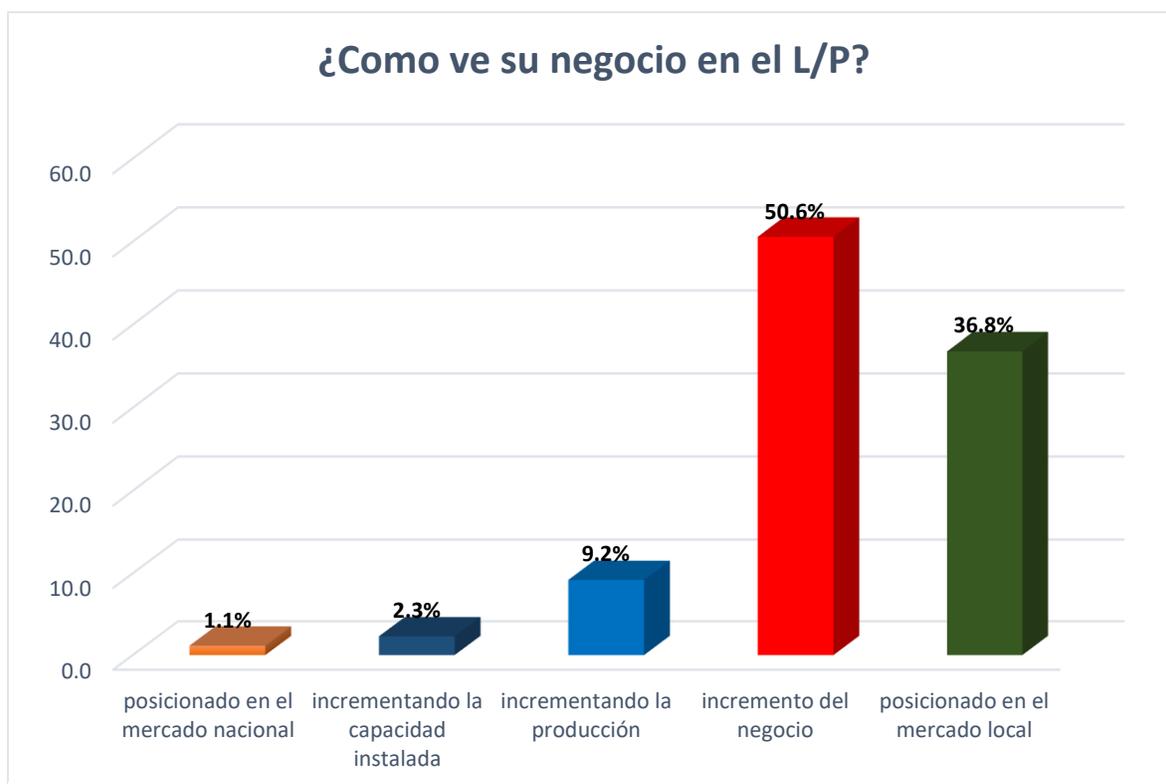


Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de los propietarios de las microempresas de la ciudad de Estelí no hacen uso de las TICs y una de las razones sustanciales es que no conocen acerca del tema y esto debido a su bajo nivel educativo y carencia de una visión empresarial. Los microempresarios que respondieron que si usaban las TICs para el desarrollo de su negocio la mayoría eran los de nivel educativo universitario y esto se asume gracias al conocimiento que adquirieron en sus carreras que les otorga un mejor nivel de análisis, comprensión de la situación y adaptación a las tecnologías en pro de sus negocios.

9.2.8. Expectativa

Gráfico N° 16 expectativa

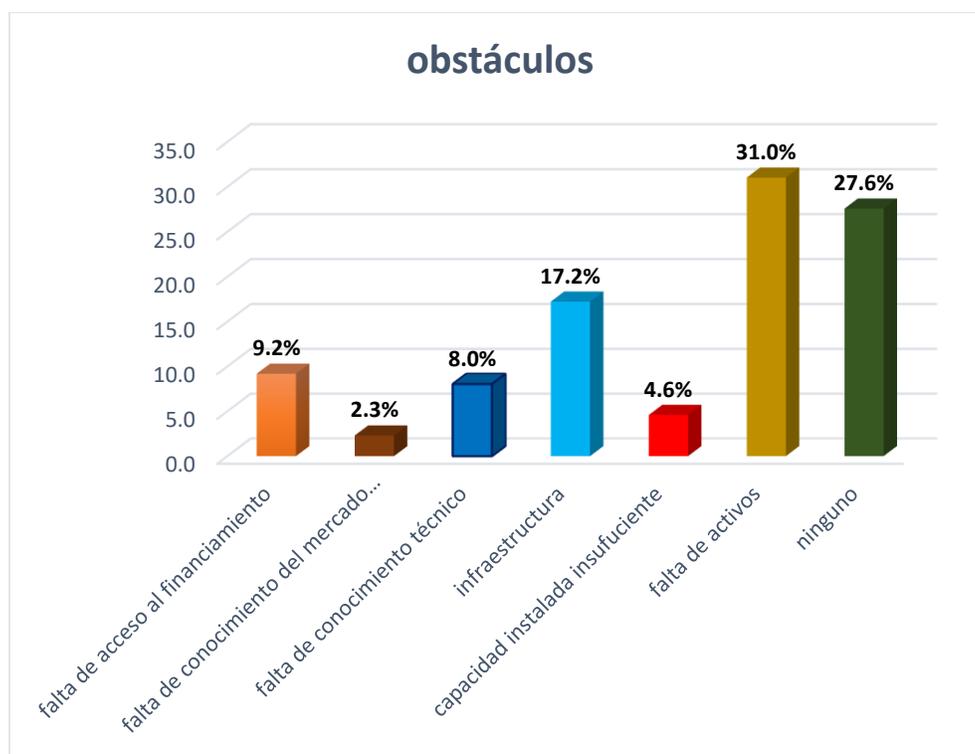


Fuente: Elaboración propia

Un poco más de la mitad de los microempresarios esperan que su negocio incremente, pero la gran mayoría de los propietarios no tienen estrategias establecidas para alcanzar tal deseo u objetivo, todos los dueños de estas microempresas quieren ver a su negocio en una mejor posición, pero es necesario establecer las estrategias que se deben seguir para que estas microempresas puedan lograr mejores desarrollos económicos y la evolución de la misma.

9.2.9. obstáculos

Gráfico N° 17 obstáculos

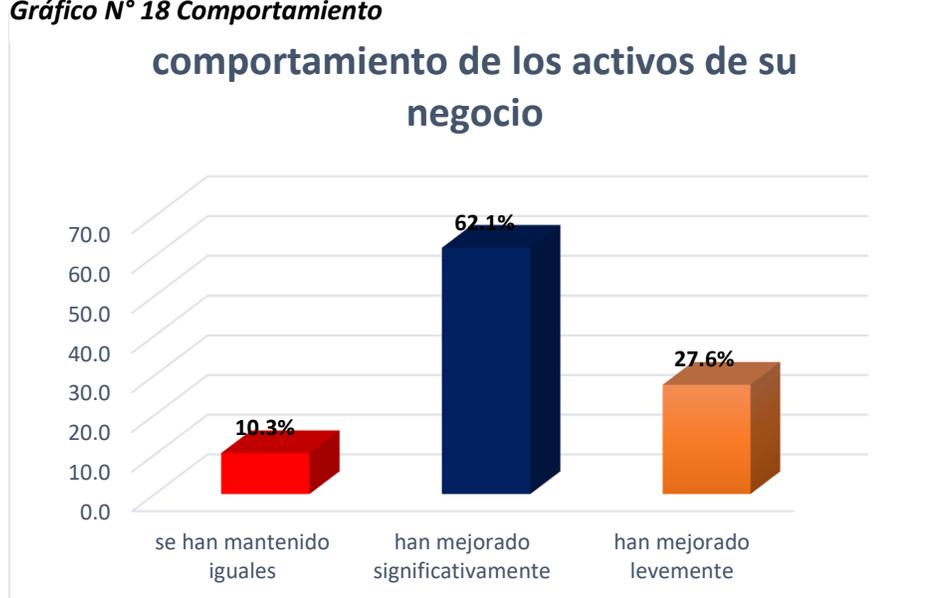


Fuente: Elaboración propia

Los microempresarios consideran que la falta de activos (capital financiero, maquinarias y otros activos, local) necesarios para su negocio es el principal obstáculo para el desarrollo del mismo y otros obstáculos como lo son: por la falta de acceso al financiamiento, la falta de conocimiento del mercado, la falta de conocimiento técnico, infraestructura, la capacidad instalada es insuficiente; necesitan estas personas estar capacitadas en distintos temas en relación a sus negocios empoderarse de conocimientos que les puedan desarrollar estrategias que logren los objetivos y lógicamente les ayuden a superar esos obstáculos planteados.

9.2.10. Comportamiento de los activos de su negocio

Gráfico N° 18 Comportamiento



Fuente: Elaboración propia

Las microempresas de las ciudades de Estelí muestran mejoras (aumento) significativas en los activos del negocio desde que iniciaron operaciones hasta el día de hoy lo que es un dato muy alentador e importante porque refleja el crecimiento a través del tiempo de las microempresas, pero no ha sido su evolución a pequeñas o medianas empresas.

9.2.11. Estrategias

La utilización de estrategias es importante para alcanzar objetivos sin estrategias establecidas sería imposible llegar a lograr esos objetivos, un poco más de la mitad de las microempresas de la ciudad de Estelí no utilizan estrategias para el desarrollo económico de sus negocios, pero casi el 45% del total de las microempresas utilizan algún tipo de estrategias para alcanzar sus objetivos.

Gráfico N° 19 estrategias



Fuente: Elaboración propia

La estrategia empresarial viene a ser el conjunto de acciones que conducen a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y factible de ser defendida ante la competencia, con el fin de satisfacer los objetivos.

9.2.12. Tipo de estrategia

Los microempresarios que utilizan alguna estrategia entre ellas se encuentran: publicidad, precios, diversificación, promociones y otros, pero más de la mitad de las microempresas no utilizan ninguna estrategia. Las

Gráfico N° 20 Tipo de estrategias



Fuente: Elaboración propia

microempresas que utilizan estrategias son administradas por los propietarios que su nivel educativo es universitario.

9.2.13. Con las estrategias establecidas ha podido alcanzar sus objetivos.

Gráfico N° 21 objetivos alcanzados



Elaboración: Fuente propia

Más de la mitad de las microempresas de la ciudad de Estelí no utilizan estrategias para alcanzar sus objetivos planteados lo que es un dato muy preocupante esto puede hacer ver que muchas de estos microempresarios establecen sus negocios nada más como

una manera de subsistencia tanto individual como familiar y no ven más allá de ser dueños de una microempresa de subsistencia y convertirla en un negocio que genere un mejor beneficio económico.

9.2.14. Importancia de establecer estrategias

Más de la mitad de los microempresarios consideran que el establecer estrategias es muy importante pero la contradicción se vuelve evidente por que más de la mitad de las microempresas no utilizan alguna estrategia para alcanzar sus objetivos lo que se vuelve un problema para el desarrollo económico de estas microempresas.

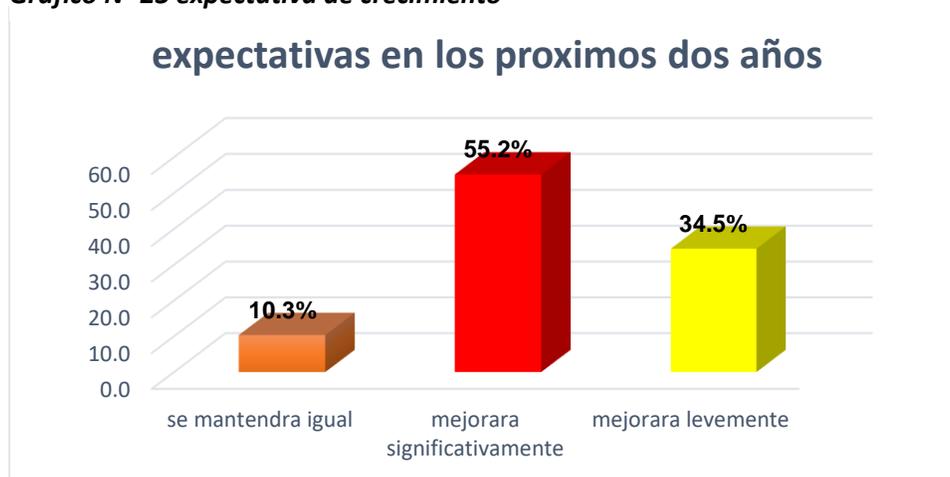
Gráfico N° 22 importancia



Fuente: Elaboración propia

9.2.15. En los próximos dos años, Cuál cree usted que será el comportamiento de su negocio

Gráfico N° 23 expectativa de crecimiento

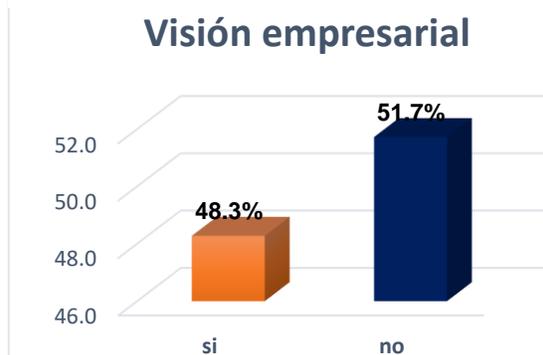


Fuente: Elaboración propia

Las perspectivas de los microempresarios con respecto a sus negocios son de carácter positivo esperando que su negocio integralmente mejore los próximos dos años, pero esto no puede lograrse si estos propietarios no tienen establecidas estrategias para lograr sus objetivos con respecto al negocio. Más de la mitad de los propietarios de negocio no utilizan ningún tipo de estrategia, pero más de la mitad de estos propietarios esperan que sus negocios mejoren esto se vuelve una contradicción esperar algo sin esfuerzos para lograrlo es por eso que más de la mitad de estas microempresas en el último año y semestre sus ventas se han mantenido iguales por la causa de que no realizan o ponen en práctica estrategias en pro de las mejoras de sus negocios.

9.2.16. Visión empresarial.

Gráfico N° 24 Visión empresarial



Elaboración: Fuente propia

Es evidente como las empresas tienen la personalidad de su fundador, si es un tipo dinámico, la empresa lo será. La visión empresarial es aquella habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectándose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde deberá funcionar, con nuevas

necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello.

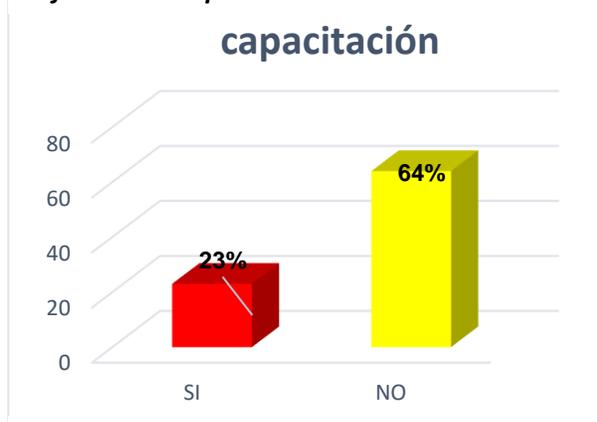
Más de la mitad de las microempresas esperan que los próximos dos años sus negocios mejoren significativamente, pero al observar que también más de la mitad de estos negocios no tienen una visión empresarial basta decir que el esperar que mejore su negocio no es nada más que un deseo y no un objetivo establecido por los propietarios de las microempresas.

9.2.17. capacitación

la mayoría de las microempresas no han recibido capacitaciones acerca de temas de desarrollos de estrategias que converjan a la búsqueda del desarrollo económico de las mismas. Debido al bajo nivel educativo de la gran mayoría de los microempresarios es necesario capacitar a estas personas de conocimientos que les permitan establecer estrategias en pro

del desarrollo de sus negocios. Se necesita en su conjunto la ayuda por parte del gobierno y sector privado a través de sus instituciones pertinentes al tema.

Gráfico N° 25 Capacitación



Fuente: Elaboración propia

9.3. Proponer estrategias que incentiven el desarrollo económico de las microempresas en la ciudad de Estelí.

Estrategia 1. establecer las condiciones marco e institucionales para el desarrollo económico de las microempresas (en actividades económicas potenciales)

Objetivo: Convertir a las microempresas en un tema específico de conocimiento

- Establecer espacios institucionales de coordinación que permitan emprender y diversificar acciones dirigidas a mejorar el desarrollo productivo de las microempresas.
- La articulación correcta entre las instituciones competentes para la búsqueda constante del desarrollo micro empresarial potencial.
- Creación de espacios de concertación social que impulsen el desarrollo de competencias acordes no solo a la realidad del país, sino que también busquen una mayor sinergia e integración institucional.
- El impulso de políticas públicas de corto, mediano y largo plazo es esencial, siempre y cuando se construya a partir de la colaboración multisectorial, y que también contenga principios de equidad, respeto al marco jurídico vigente, protección social y diálogo social permanente, entre otras.
- Las políticas públicas de promoción y fomento microempresarial consistentes con los objetivos y planes del gobierno, de forma que respondan a la mejora de la competitividad y condiciones de empleo en la microempresa.
- Las políticas o programas sociales con enfoque de género sobre igualdad de oportunidades son claves para lograr una mayor incorporación de las mujeres en la promoción de microempresas a cargo de mujeres permite a éstas alcanzar posiciones de liderazgo en sectores dominados tradicionalmente por hombres.

Estrategia 2. Acciones concretas de capacitación y promoción en el ámbito de desarrollo empresarial.

Objetivo: La profesionalización de las microempresas.

- En el área de la capacitación es importante que los institutos de formación, tanto públicos como privados, estudien cuidadosamente los requisitos de ingreso a los cursos de capacitación, de tal forma que los grupos poblacionales que más requieren de la formación sean en efecto los que la reciban.
- flexibilidad de admisión y procesos de selección y filtros sofisticados. La comprobación de que las necesidades de capacitación de las empresas dependen de muchas variables (sector, tamaño, educación del jefe, entre otros factores), implica que las asistencias o servicios que se le preste a las microempresas no debieran ser los mismos para todas.
- La oferta de MYPES muchas veces no funciona porque no se reconoce que la micro, la pequeña y la mediana empresa tienen características y problemas diferentes. Así, el diseño de los cursos debe obedecer a una lógica matricial donde las áreas funcionales, la experiencia empresarial, el grado de desarrollo relativo del negocio, al igual que el nivel educativo del dueño, son variables a considerar para no crear productos genéricos para todos, sino buscando sus especificidades.
- Los facilitadores de las acciones formativas, además de que se haga con criterios técnicos, se base también en la experiencia de éstos en el mundo de la microempresa; se debe de hacer un esfuerzo para que el docente sea un agente de cambio para fomentar la innovación, e inculcar la importancia de la capacitación.
- La innovación y el uso de tecnologías no son de uso frecuente en este estrato productivo, sería importante fomentar una cultura de innovación y actualización tecnológica desde las etapas iniciales de aprendizaje que facilite la adaptación a los cambios constantes del mercado.

X. CONCLUSIONES

La investigación presenta un perfil empresarial en el que la mayor parte de los microempresarios encuestados se encuentra en el rango de entre los 31 y 40 años. En cuanto a la educación, tradicionalmente se ha pensado que este estrato ostenta niveles educativos bajos. Esta percepción coincide con lo encontrado en la muestra, pues más de la mitad de los encuestados presenta al menos educación en niveles de secundaria y primaria. A pesar de lo anterior, los niveles de escolaridad más bajos se encuentran en los rangos de edad mayores y, conforme se va reduciendo la edad de los encuestados, se nota una mayor participación de los individuos que cuentan con educación superior.

Al caracterizar la microempresa de esta investigación, se descubrió que la inmensa mayoría de las unidades económicas encuestadas cuenta con entre uno y tres trabajadores. Sin embargo, llama la atención que más de la mitad de las empresas tiene más de nueve años de operar, cuando muchas investigaciones señalan que estas unidades tienen una alta rotación, y frecuentemente no sobreviven a los primeros dos años. Una explicación a este fenómeno puede ser el mayor peso relativo en la muestra de los establecimientos del sector comercial y de servicios (que en el estrato de la microempresa tiene en su mayoría un carácter familiar, heredándose de padres a hijos).

El estudio también logró determinar la participación femenina en de las microempresas y por medio de los datos obtenidos se puede observar que a través del tiempo las mujeres han venido empoderándose por medio del emprendimiento de sus propios negocios volviéndose personas independientes y capaces.

Sobre el grado de formalidad de las empresas, se investigaron la variable de qué tipo de registro llevan estas microempresas prácticamente la gran mayoría de estas microempresas llevan algún tipo de registro, pero cabe señalar que estos registros son realizados de manera empírica y una pequeña parte lleva un registro más contable. La importancia de llevar registros contables o lo más cercano a esto es para que estos microempresarios puedan tener una noción más integral y más real

de la situación de sus negocios. Además, que debe de ser una buena costumbre que se tiene que practicar como parte de la visión empresarial y formalidad.

De otro lado, es claro que la implementación de procesos tecnológicos e innovaciones son factores claves para el desarrollo de una microempresa. Lamentablemente, se encontró niveles bajos no solo en cuanto al uso de las TICS, sino también en la implementación de innovaciones, aspecto que limita la competitividad de las mismas. De esta forma, se observó que a medida que aumenta el nivel educativo del jefe, las mejoras introducidas en las empresas (tales como establecer estrategias, uso de las TICS) también lo hacen.

Sobre el tema del financiamiento para las microempresas es una parte importante para poder financiar su actividad en cuanto a compra de inventarios, mejoras de locales etc. pero para estas microempresas consideran que las tasas de intereses que estas micro financieras cobran son muy altas y esto no abona al desarrollo económico de las microempresas.

Con el presente estudio realizado se puede confirmar la hipótesis establecida: “La situación actual de las microempresas de la ciudad de Estelí está limitando su desarrollo empresarial debido a la falta de visión y conocimiento empresarial de los microempresarios”.

Como propuesta en pro del desarrollo de las microempresas de la ciudad de Estelí se establecen dos estrategias consideradas sustanciales para alcanzar el objetivo del desarrollo de las mismas.

Crear las condiciones marco e institucionales para el desarrollo económico de las microempresas de la ciudad de Estelí (en actividades económicas potenciales) por parte del gobierno local y nacional a través de una coordinación institucional que permitan emprender y diversificar acciones dirigidas a mejorar el desarrollo productivo de las microempresas. Y por otro lado paralelamente Implementar acciones concretas de capacitación y promoción en el ámbito de desarrollo micro empresarial.

XI. RECOMENDACIONES

La importancia que la microempresa representa en la generación de empleo y su potencial contribución al desarrollo, hacen que este estrato se convierta en un elemento clave en las estrategias de desarrollo. Sin embargo, los programas destinados a promover a la microempresa, frecuentemente no incorporan la opinión de los propios beneficiarios. Por ello, muchas de esas acciones solo han perpetuado el componente de subsistencia, sin explorar las verdaderas posibilidades de crecimiento y mejora de este segmento empresarial.

En el ámbito de las políticas públicas, es importante que se establezcan espacios institucionales de coordinación que permitan emprender y diversificar acciones dirigidas a mejorar el desarrollo productivo de las microempresas. Si bien es cierto, la escasez de recursos juega un papel importante, el principal problema es la falta de articulación de esfuerzos entre las instituciones competentes.

Esto se logra precisamente a partir de espacios de concertación social que impulsen el desarrollo de competencias acordes no solo a la realidad del país, sino que también busquen una mayor sinergia e integración institucional.

Las políticas públicas de promoción y fomento empresarial deben ser consistentes con los objetivos y planes del gobierno, de forma que respondan a la mejora de la competitividad y condiciones de empleo en la microempresa. Para ello, es necesario contar con información estadística micro empresarial y laboral confiable. Adicionalmente, se pueden obtener medidas más precisas de la productividad y remuneraciones de los trabajadores, las cuales permiten la adopción de programas que promueven la productividad en sectores claves.

Es clave el desarrollo de las microempresas y a través de este estudio se puede observar los problemas que padecen estos tipos de negocios para poder combatirlos y realizar acciones que incentiven el desarrollo micro empresarial y que estas microempresas puedan evolucionar en pequeñas y medianas empresas que al final ayuda al desarrollo económico del país.

XII. BIBLIOGRAFÍA

- Avendaño, C. E. (2011). *DESARROLLO EMPRESARIAL INTEGRAL* .
- BCN. (2012). *Microfinanzas y Pequeñas y Medianas Empresas en Microfinanzas y Pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua*. Managua.
- CYNERTIA CONSULTING. (diciembre de 2009). <http://www.cynertiaconsulting.com>. Obtenido de http://www.cynertiaconsulting.com/sites/default/files/PDF/Estrategia_empresarial-como_formularla_e_implementarla_con_exito.pdf
- elnuevodiario. (03 de Mayo de 2013). <http://www.elnuevodiario.com.ni>. Obtenido de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/284929-nicaragua-existen-121-919-empresas/>
- Gerencie.com*. (28 de junio de 2011). Obtenido de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Grández, R. A. (2007). *Estrategias Empresariales*.
- Guzmán, P. R. (2012). *MYPIME*.
- <https://es.scribd.com>. (2010). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/308213053/Que-Es-El-Financiamiento>
- ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (LEY MIPYME). (08 de Enero de 2008). *ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (LEY MIPYME)*. Managua, Nicaragua.
- maneja tus finanzas.com. (2014). *maneja tus finanzas.com*. Obtenido de <https://www.manejatusfinanzas.com/Lainversi%C3%B3n/QUEESINVERSION/tabid/146/language/es-CO/Default.aspx>
- Ministerio del trabajo y promoción del empleo de Perú. (2006). *LA MICROEMPRESA: UNA PROPUESTA TIPOLÓGICA Y EJERCICIO DE APLICACIÓN EN LIMA SUR*. . Lima.
- Murillo, J. (22 de Noviembre de 2011). *AXELERATUM*. Obtenido de <http://axeleratum.com/2011/vision-empresarial/>
- Salas, S. (2011). *La empresa y su Organización*.
- Universidad de Córdoba. (2011). *DESARROLLO EMPRESARIAL Y EMPRENDEDORES*.
- Universidad de Jaén. (2011). *ujaen.es*. Obtenido de [ujaen.es](http://www4.ujaen.es/~cruiz/tema1.pdf): <http://www4.ujaen.es/~cruiz/tema1.pdf>

ANEXOS

Encuesta sobre la situación y perspectivas económicas de las microempresas

Estudio para conocer sobre la situación y perspectivas económicas de las microempresas con el fin de conocer las problemáticas que impiden el desarrollo económico de estas y a través de la información generar respuestas positivas que ayuden a las microempresas.

I. Datos generales

Edad: _____ Giro de negocio. _____

Nivel educativo _____ Sector económico: _____

II. Caracterización

1. ¿Cuántos años tiene de operar su negocio?

De 1 a 4 _____ De 5 a 8 _____ De 9 a 12 _____ De 13 a mas _____

2. ¿Cuál es el número de trabajadores con que cuenta su negocio?

3. ¿De dónde provinieron los fondos para iniciar su negocio?

Fondos propios (Ahorro) _____ Financiamiento _____ herencia _____
Otro _____ (especifique)

4. ¿Lleva registros de su negocio?

Sí _____ No _____

5. ¿Qué tipo de registro lleva?

Contable _____ Empírico _____ Ninguno _____

6. ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas en el último año?

7. ¿Con relación al semestre pasado cual ha sido el comportamiento de las ventas del negocio?

Se han mantenido iguales_____ Han mejorado significativamente_____ han disminuido_____ Han mejorado levemente_____

8. ¿Usted considera importante el financiamiento que brinda las micro financieras?

Sí_____ No_____ ¿Por qué?

9. ¿usted considera que los requisitos que piden las micro financieras son complejos?

Sí_____ No_____ ¿Por qué?

10. ¿Qué considera usted que es lo más complejo para optar a un financiamiento?

11. ¿Usted ha adquirido algún tipo de crédito comercial? ¿De qué tipo?

Sí_____ No_____

Capital de trabajo_____ mejora de local_____ otros activos_____ vehículo_____

12. ¿Hace uso de las TICS para fortalecer la actividad del negocio?

SI_____ NO_____

Que tipos:

13. ¿Cómo ve su negocio en el largo plazo?

Posicionada en el mercado nacional

Posesionándose en el mercado internacional

Incrementando la capacidad instalada

Incremento la producción

Otros:

14. ¿Cuáles cree que son los obstáculos para cumplir su objetivo?

Falta de acceso a financiamiento

Falta de conocimiento del mercado nacional e internacional

Otros:

15. Desde qué inicio operaciones hasta el día de hoy ¿Cuál ha sido el comportamiento de los activos de su negocio?

Se han mantenido iguales_____ Han mejorado significativamente_____

Han disminuido_____

Han mejorado levemente_____

16. ¿Usted utiliza algún tipo de estrategias para su negocio?

Sí_____ No_____

17. ¿Con las estrategias establecidas ha podido alcanzar sus objetivos propuestos?

Sí_____ No_____

18. ¿Para usted que tan importante es establecer estrategias para alcanzar objetivos?

Muy importante_____ Importante _____ no es importante_____

19. ¿Qué tipo de estrategias utiliza?

Publicidad

Precios

Diversificación

Promociones

Medios para realizar la publicidad

Radio

Boca a boca

Volantes

Ferías

Redes sociales

Otros (especifique: _____)

20. En los próximos dos años ¿Cuál cree usted que será el comportamiento de su negocio?

Se mantendrá igual _____ Mejorara significativamente _____
Disminuirá _____ Mejorara levemente _____

21. ¿Usted tiene alguna visión empresarial? Sí _____ No _____

22. ¿Usted ha recibido capacitaciones que tengan que ver con desarrollo empresarial?

SI _____ NO _____

Genero

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos femenino	47.1	47.1	47.1
masculino	52.9	52.9	100.0
Total	100.0	100.0	

Edad

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 18 a 30	21.8	21.8	21.8
31 a 40	54.0	54.0	75.9
41 a 50	23.0	23.0	98.9
51 a mas	1.1	1.1	100.0
Total	100.0	100.0	

100

Nivel de educación

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos primaria	42.5	42.5	42.5
secundaria	37.9	37.9	80.5
técnico	1.1	1.1	81.6
universitario	13.8	13.8	95.4
ninguno	4.6	4.6	100.0
Total	100.0	100.0	

sector económico

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos sector primario	2.3	2.3	2.3
sector secundario	23.0	23.0	25.3
sector terciario	74.7	74.7	100.0
Total	100.0	100.0	

cuantos años tiene de operar su negocio

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 a 4	12.6	12.6	12.6
5 a 8	26.4	26.4	39.1
9 a 12	34.5	34.5	73.6
13 o más	25.3	25.3	98.9
22	1.1	1.1	100.0
Total	100.0	100.0	

cual es el numero de trabajadores con que cuenta su negocio

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	21.8	21.8	21.8
1 a 3	66.7	66.7	88.5
4 a 6	5.7	5.7	94.3
7 a mas	5.7	5.7	100.0
Total	100.0	100.0	

De donde provinieron los fondos para iniciar su negocio

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos fondos propios (ahorros)	87.4	87.4	87.4
herencia	11.5	11.5	98.9
otro	1.1	1.1	100.0
Total	100.0	100.0	

Lleva registros de su negocio

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	74.7	74.7	74.7
no	25.3	25.3	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas en el último año?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos han mejorado	35.6	35.6	35.6
se han mantenido iguales	57.5	57.5	93.1
han mejorado levemente	4.6	4.6	97.7
han disminuido	2.3	2.3	100.0
Total	100.0	100.0	

que tipo de registro lleva

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos contable	13.8	13.8	13.8
empirico	60.9	60.9	74.7
ninguno	25.3	25.3	100.0
Total	100.0	100.0	

con relacion al semestre pasado cual ha sido el comportamiento de las ventas del negocio

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos se han mantenido iguales	58.6	58.6	58.6
han mejorado significativamente	14.9	14.9	73.6
han mejorado levemente	26.4	26.4	100.0
Total	100.0	100.0	

usted considera importante el financiamiento que brinda las micro financieras

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	96.6	96.6	96.6
no	3.4	3.4	100.0
Total	100.0	100.0	

usted considera que los requisitos que piden las micro financieras son complejos

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	18.4	18.4	18.4
no	81.6	81.6	100.0
Total	100.0	100.0	

que considera usted que es lo mas complejo para optar a un financiamiento

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos garantías	31.0	31.0	31.0
trámite de documentos	28.7	28.7	59.8
tasas de interesés	40.2	40.2	100.0
Total	100.0	100.0	

usted ha adquirido algun tipo de credito comercial, ¿De que tipo?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si, capital de trabajo	63.2	63.2	63.2
si, mejora de vivienda	1.1	1.1	64.4
si, mejora de local	5.7	5.7	70.1
si, otros activos	10.3	10.3	80.5
no	19.5	19.5	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Hace uso de las TICS para fortalecer la actividad del negocio?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	11.5	11.5	11.5
no	88.5	88.5	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Como ve su negocio en el L/P?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	posicionado en el mercado nacional	1.1	1.1	1.1
	incrementando la capacidad instalada	2.3	2.3	3.4
	incrementando la producción	9.2	9.2	12.6
	incremento del negocio	50.6	50.6	63.2
	posicionado en el mercado local	36.8	36.8	100.0
	Total	100.0	100.0	

¿Cuales cree que son los obstáculos para cumplir su objetivo?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	falta de acceso al financiamiento	9.2	9.2	9.2
	falta de conocimiento del mercado nacional e internacional	2.3	2.3	11.5
	falta de conocimiento técnico	8.0	8.0	19.5
	infraestructura	17.2	17.2	36.8
	capacidad instalada insuficiente	4.6	4.6	41.4
	falta de activos	31.0	31.0	72.4
	ninguno	27.6	27.6	100.0
	Total	100.0	100.0	

Desde qué inicio operaciones hasta el día de hoy ¿Cuál ha sido el comportamiento de los activos de su negocio?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos se han mantenido iguales	10.3	10.3	10.3
han mejorado significativamente	62.1	62.1	72.4
han mejorado levemente	27.6	27.6	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Usted utiliza algún tipo de estrategias para su negocio?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	44.8	44.8	44.8
no	55.2	55.2	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Con las estrategias establecidas ha podido alcanzar sus objetivos propuestos?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	35.6	35.6	35.6
no	13.8	13.8	49.4
no utiliza	50.6	50.6	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Para usted que tan importante es establecer estrategias para alcanzar objetivos?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy importante	52.9	52.9	52.9
importante	44.8	44.8	97.7
no es importante	2.3	2.3	100.0
Total	100.0	100.0	

¿Qué tipo de estrategias utiliza?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	publicidad	12.6	12.6	12.6
	precios	17.2	17.2	29.9
	diversificación	8.0	8.0	37.9
	promociones	5.7	5.7	43.7
	otros	1.1	1.1	44.8
	ninguna	55.2	55.2	100.0
	Total	100.0	100.0	

En los próximos dos años ¿Cuál cree usted que será el comportamiento de su negocio?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	se mantendrá igual	10.3	10.3	10.3
	mejorará significativamente	55.2	55.2	65.5
	mejorará levemente	34.5	34.5	100.0
	Total	100.0	100.0	

¿Usted tiene alguna visión empresarial?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	48.3	48.3	48.3
	no	51.7	51.7	100.0
	Total	100.0	100.0	

¿Usted ha recibido capacitaciones que tengan que ver con desarrollo empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	23	26.1	26.4	26.4
	NO	64	72.7	73.6	100.0
	Total	87	98.9	100.0	
Perdidos	Sistema	1	1.1		
Total		88	100.0		