

Aporte de las MIPYMES de la avenida central en el crecimiento económico de la ciudad de Estelí.

Contribution of the MIPYMES of the central avenue in the economic growth of the city of Estelí.

Karla Patricia Altamirano Gutiérrez.

karlapaltamirano@gmail.com

Nayibe Elizabeth Meza López.

mezanayibe10@gmail.com

Itzayana Pahola Uriarte Arróliga.

Arroligauriarte18@gmail.com

Reynaldo José Gómez García.

reygomezgarcia@gmail.com

RESUMEN

Las micros, pequeñas y mediana empresas (MIPYMES) en Nicaragua desempeñan un papel importante para la economía y desarrollo del país, específicamente en la Ciudad de Estelí. Debido a esto se han convertido en un tema de gran interés para el desarrollo de esta investigación.

Son promotoras de empleos y ya que existe gran variedad de negocios en la ciudad de Estelí, se presenta el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es el aporte de las MIPYMES de la avenida central en el crecimiento económico de la ciudad de Estelí?

El objetivo de este estudio es caracterizar las MIPYMES del sector comercio de la avenida central y su aporte al crecimiento económico de la ciudad de Estelí, para dar salida a este objetivo, se identificó y proponen estrategias que mejoren la situación de las MIPYMES, es una investigación de enfoque cuantitativo- descriptivo y de corte transversal, se utilizó la encuesta y entrevista para dar salida a los objetivos.

En conclusión, la mayoría de los encuestados son jóvenes de 21 a 30 años, el 70% son del sexo femenino, se presentan características de adaptación, innovación, flexibilidad, así como el fomento de alianzas para un adecuado desarrollo y crecimiento económico.

Palabras claves: MIPYMES, Crecimiento Económico, Estrategias.

ABSTRACT

The micro, small and medium enterprises (MIPYMES) in Nicaragua play an important role for the economy and development of the country, specifically in the City of Estelí. Due to this they have become a topic of great interest for the development of this research.

They are job promoters and since there is a great variety of businesses in the city of Estelí, the following question arises: What is the contribution of the MIPYMES of the central avenue in the economic growth of the city of Estelí?

The objective of this study is to characterize the MIPYMES in the commercial sector of the central avenue and their contribution to the economic growth of the city of Estelí, in order to achieve this objective, strategies were identified and proposed to improve the situation of MIPYMES, it is a quantitative-descriptive and cross-sectional research approach, the survey and interview were used to determine the objectives.

In conclusion, most of the respondents are young people between 21 and 30 years old, 70% are female, characteristics of adaptation, innovation, flexibility, as well as the promotion of alliances for adequate development and economic growth.

Keywords: MIPYMES, Economic Growth, Strategies.

Introducción

Las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) Nicaragua desempeña un papel muy importante para la economía y desarrollo del país, son generadoras de empleos, así como promotoras del emprendimiento lo que conlleva a innovación e implementación de diferentes estrategias para la subsistencia de las familias de Nicaragua.

La ciudad de Estelí se ha destacado por su participación en distintas actividades promovidas para el desarrollo y crecimiento de las MIPYMES debido a esto se han convertido en un tema de gran interés para el desarrollo de esta investigación por medio de la cual se demuestra cuáles son los efectos de las MIPYMES de la avenida central en crecimiento económico de la ciudad de Estelí.

La posición geográfica de la ciudad de Estelí le permite ampliamente el desarrollo de distintas actividades comerciales entre estas la comercialización de ropa y calzado, el comercio de estos productos es uno de los principales giros que brinda movimiento económico para el desarrollo y genera mayores oportunidades de empleo. El principal cuestionamiento acerca de esto es cuáles son los efectos que brindan estas MIPYMES para la economía local.

Se encontraron cinco estudios que abordan la temática de las MIPYMES y su contribución al crecimiento económico los cuales están descritos en el primer capítulo, donde la problemática principal fue la falta de leyes y oportunidades que reactiven el sector comercio de la ciudad, las MIPYMES por alguna u otra razón no son considerados sujetos de créditos por los bancos comerciales.

El objetivo principal de la presente investigación es determinar los aportes de las MIPYMES de la avenida central y su aporte al crecimiento económico de la ciudad de Estelí, para dar salida a este objetivo se plantearon objetivos específicos con los que se busca a caracterizar, identificar, y de esta manera proponer estrategias que mejoren la situación de las MIPYMES.

Esta investigación dio inicio con tres grandes ejes los cuales son: MIPYMES, crecimiento económico y como último eje las estrategias empresariales, en los cuales se aborda a conceptualización, características, importancia, y sus principales indicadores.

Esta investigación es cuantitativa porque se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, nuestra investigación se centra en los aspectos cuantificables de las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí, sustentándose en el paradigma positivista, de enfoque metodológico.

Como unidad de estudio para muestra de esta investigación se tomaron en cuenta las tiendas existentes en la avenida central de ciudad de Estelí. En total las tiendas existentes son 123, las cuales están ubicadas desde el costado norte del Colegio Nuestra Señora del Rosario hasta los semáforos del parque central de la ciudad de Estelí, el tipo de muestreo es probabilístico aleatorio simple porque se empleó un procedimiento aleatorio, para su selección se tomó una muestra un total de 44 tiendas.

A partir de los instrumentos aplicados en esta investigación se concluyó que las MIPYMES

de la avenida central de la ciudad de Estelí se han convertido en grandes rivales de los grandes negocios, puesto que, aunque son una unidad productiva pequeñas presentan características de adaptación, innovación y de flexibilidad en el mercado del mismo modo que sin poseer personal profesionalmente capacitado son capaces de generar ingresos y crecer como negocio.

Materiales y Métodos.

Es una investigación cuantitativa porque busca determinar cuáles son los aportes económicos de las tiendas de la avenida hacia el crecimiento del municipio, la participación y sus resultados en actividades promovidas por distintas organizaciones y como repercuten de manera positiva o negativa a la calidad de vida de los propietarios de las MIPYMES, a partir de la hipótesis de esta investigación se busca anticipar cuales de estos aportes han sido más significativos para el crecimiento económico de la ciudad de Estelí, del mismo modo caracterizar que tipo de MIPYMES son a través de la cantidad de colaboradores, su afiliación a la cámara de comercio, y su respectivo pago de impuestos a la alcaldía municipal de Estelí.

Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

La investigación cuantitativa parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica, en tanto que la investigación cualitativa pretende conceptualizar sobre la realidad, con base en la información obtenida

de la población o las personas estudiadas (Bernal, 2010).

Esta investigación es cuantitativa, porque se centra en los aspectos cuantificables de las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí y se sustenta en el paradigma positivista.

Este estudio según su alcance es de corte transversal porque se estudió una variable en un determinado periodo de tiempo, de manera simultánea (segundo semestre del año 2020)

Este estudio es de enfoque descriptivo porque abarca un tema de interés económico-social acerca de las MIPYMES y todos los aspectos cuantificables que estas conllevan. Se busca describir características, clasificación, su aporte al crecimiento económico de la ciudad y las estrategias que deben ser implementadas para su desarrollo y como guía para futuros emprendedores.

Como unidad de estudio para muestra de esta investigación se tomaron en cuenta las tiendas existentes en la avenida central de la ciudad de Estelí, se censaron a los propietarios y responsables de las tiendas. En total las tiendas existentes son 123 las cuales están ubicadas desde el costado norte del colegio Nuestra Señora del Rosario hasta los semáforos del parque central de la Ciudad de Estelí, se utiliza un muestreo probabilístico aleatorio simple. Resultando como muestra un total de 44 tiendas.

Los instrumentos para la recolección de datos están dados de la siguiente manera:

Encuesta dirigida a dueños, propietarios y/o responsables de las tiendas de la avenida central de la ciudad de Estelí con la finalidad de conocer algunos de los aspectos

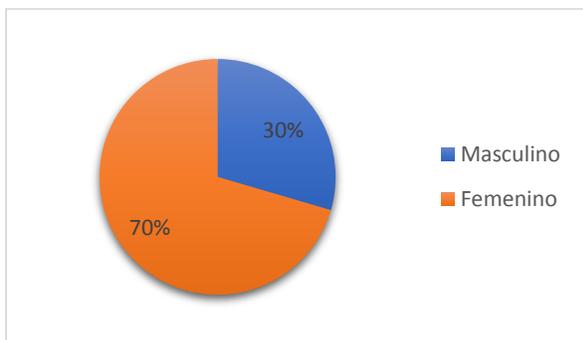
considerados importantes para la finalidad de este estudio.

Entrevista dirigida al área de recaudación de impuestos de la Alcaldía de la ciudad de Estelí, así mismo una entrevista dirigida a la cámara de comercio de la ciudad de Estelí con el objetivo de conocer la formalización de las tiendas así mismo su afiliación y participación en actividades para el desarrollo y crecimiento económico del municipio.

Resultados y Discusión.

En este apartado se presentan el sexo, edad, nivel de instrucción y el cargo que desempeñan los encuestados de las tiendas de la avenida central de la ciudad de Estelí.

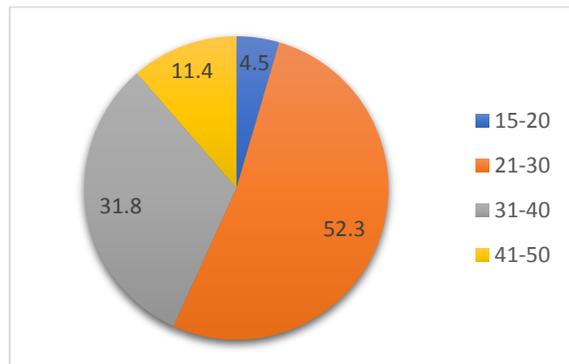
Gráfico No.1: Sexo del encuestado.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 1, el 70% de los encuestado son del sexo femenino y el restante 30% del sexo masculino, esto demuestra que la mayoría de los colaboradores de las tiendas de la avenida central son mujeres, debido a que este tipo tiendas (ropa y calzado) suelen contratar colaboradores del sexo femenino por su atención al cliente y su carisma para vender una cantidad mayor de productos.

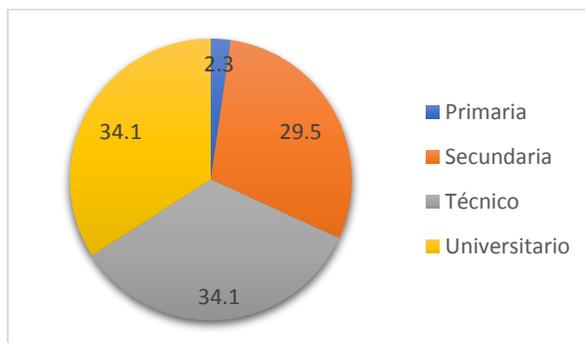
Gráfico No. 1 Edad del Encuestado.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 2 el 52.3% de las personas encuestadas que laboran en las tiendas de la avenida central se encuentran entre las edades de 21 a 30, la mayoría de los dueños de contratan jóvenes por sus capacidades de adaptación al entorno y dinamismo e interacción social. El 11.4% de los encuestados son personas entre las edades de 41-50 años que en su mayoría son los dueños o encargados de tienda.

Gráfico No. 2 Nivel de Instrucción.

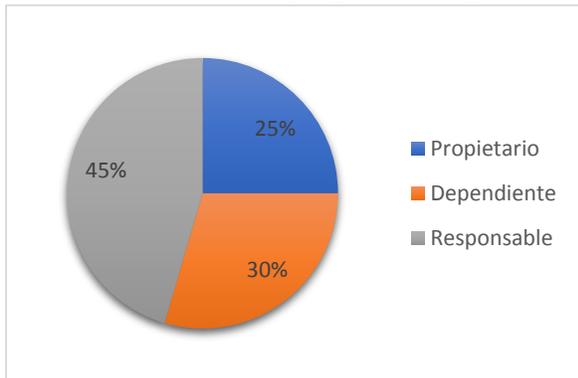


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el grafico No. 3 el 34.1% de las personas encuestadas tienen estudios técnicos y universitarios lo que significa que

ya han terminado sus estudios y no han encontrado trabajo en su profesión o han decidido emprender nuevos negocios o siguen en proceso de estudio.

Gráfico No. 3 Cargo que desempeña.

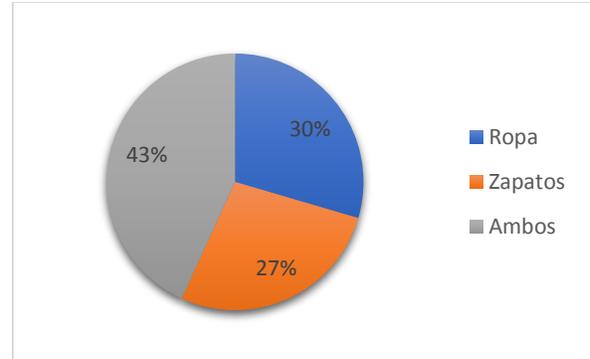


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 4 las personas encuestadas en las tiendas de la avenida central el 45% de ellos son los responsables o encargados de tienda, en cambio un 25% son propietarios o dueños del emprendimiento, el 30% son dependientes, es decir, son los encargados de dar apoyo al responsable.

Caracterización de las MIPYMES de ropa y calzado de la Avenida central.

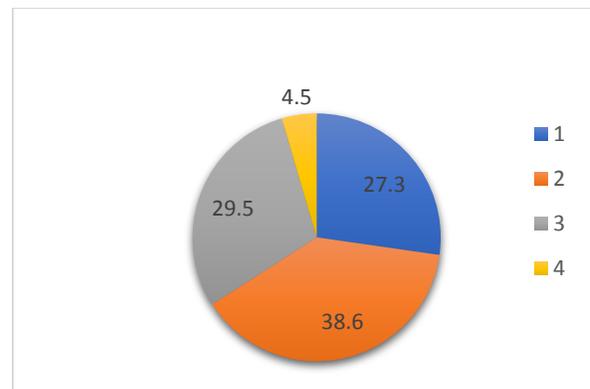
Gráfico No. 4 Principal Giro Comercial.



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 5 las tiendas de la avenida central el 43% de las tiendas tienen un giro comercial de ropa y zapatos, ya que estos productos son los que generan mayor ingreso y mayores ganancias, sin embargo, el 30% de ellas solo se especializa en el rubro de ropa y un 27% comercializa solo en el área del calzado, estas personas afirman que su meta es ofertar ambos productos, pero por ciertas limitantes (capital, local, proveedores) se les hace difícil.

Gráfico No. 5 ¿Cuántos trabajadores laboran?



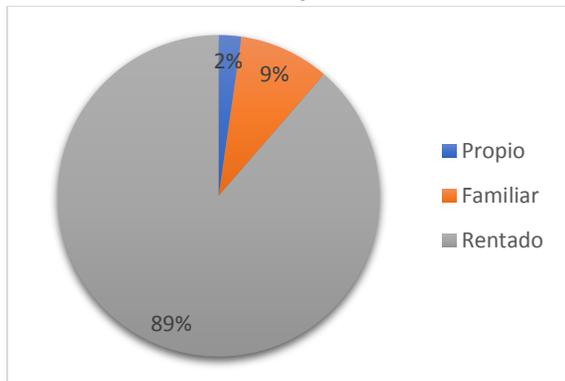
Fuente: Elaboración Propia en base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No 6 un 38.6% de las personas encuestadas mostraron que en las tiendas hay 2 colaboradores y solamente el

4.5% poseen 4 colaboradores, esto debido a que generalmente algunos de los establecimientos son más grandes y por ende necesitan más personal para una mejor atención a sus clientes.

Según encuesta realizada el 100% de las tiendas encuestadas se clasifican en micro empresas puesto que poseen de 2 a 5 colaboradores esta información es válida según la ley 645 ley de promoción y fomento a las micros, pequeña y mediana empresa.

Gráfico No. 6 ¿EL local es?

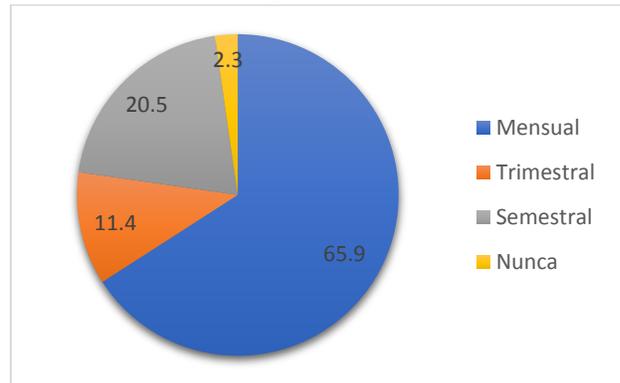


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No 7 el 89% de las personas encuestadas afirman que los locales en los cuales laboran son alquilados debido a que obtener o comprar un establecimiento en la avenida central es muy caro y según sus ingresos les es más factible rentar el lugar, un 2% tiene pertenencia sobre el lugar y un 9% es familiar.

Aporte de su negocio al Crecimiento Económico local.

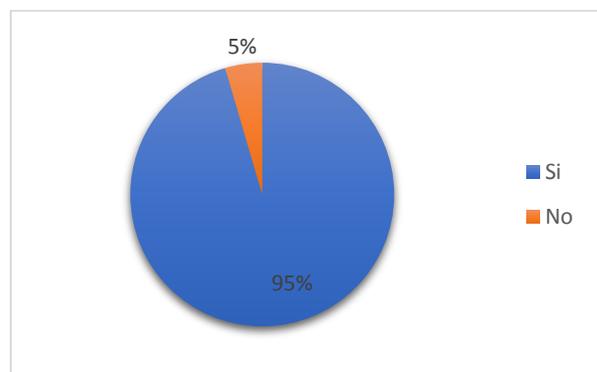
Gráfico No. 8 Frecuencia que paga impuesto



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 8 todas estas micros, medianas y pequeñas empresas les corresponde un respectivo pago de impuesto que va de acuerdo a su inversión, generalmente la mayoría de ellas, específicamente un 65.9% hace estos pagos de manera mensual, un 11.4% lo hace de manera trimestral, un 20.5% espera o se atrasa un poco más y hace sus pagos de manera semestral y un 2.3% nunca paga impuestos ya que está empezando o aún no está formalmente establecido.

Gráfico No.9 ¿Paga Impuesto a la Alcaldía?

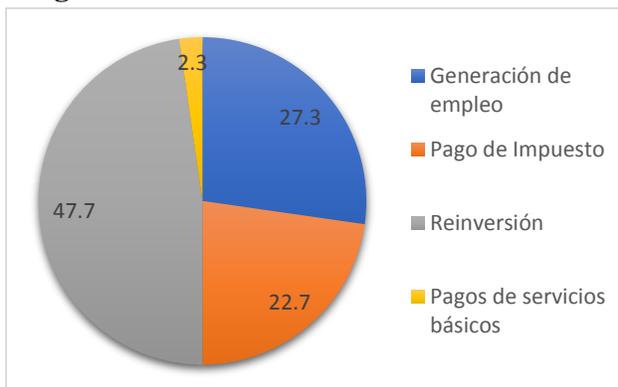


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 9 el 95% de las personas encuestadas, posean un local rentado, familiar o propio y pagan su respectivo impuesto a la Alcaldía, el otro 5% no lo hace por diferentes razones como son; pocos ingresos, no están establecidos formalmente entre otras.

Según entrevista realizada al área de recaudación de la Alcaldía de la Ciudad de Estelí de las tiendas existentes en la avenida central solamente un 90% de ellas pagan los impuestos correspondientes.

Gráfico No. 10 ¿Con qué aporta su negocio al crecimiento económico local?



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No 10 las personas encuestadas consideran que su negocio aporta de manera significativa al crecimiento económico de la ciudad, entre las opciones de aporte el 47.7% considera que la reinversión es su mayor aporte, el 27.3% considera que la generación de empleo es su mayor contribución al crecimiento económico local, 22.7% aporta con el pago de sus impuestos en tiempo y forma.

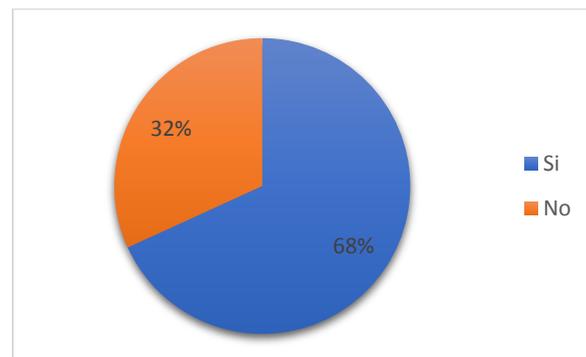
Por medio de la entrevista realizada a encargada de recaudación de la Alcaldía de

Estelí, el aporte al crecimiento económico de la ciudad que proporcionan las MIPYMES es de mucha importancia, ya que son en primer lugar una importante fuente generadora de empleo, así como responsables en el pago de impuestos que son utilizados para las mejoras de la ciudad y atenciones sociales.

En este apartado se cumple con la hipótesis de esta investigación en cuanto a que las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí aportan de manera significativa al crecimiento económico del municipio por medio de la reinversión, generación de empleo, por medio de los pagos de impuestos y un porcentaje mínimo por medio del pago de servicios básicos.

Estrategias que contribuyen a la sostenibilidad de las MIPYMES de la Ciudad de Estelí.

Gráfico No. 11 ¿Está afiliado a la cámara de comercio?



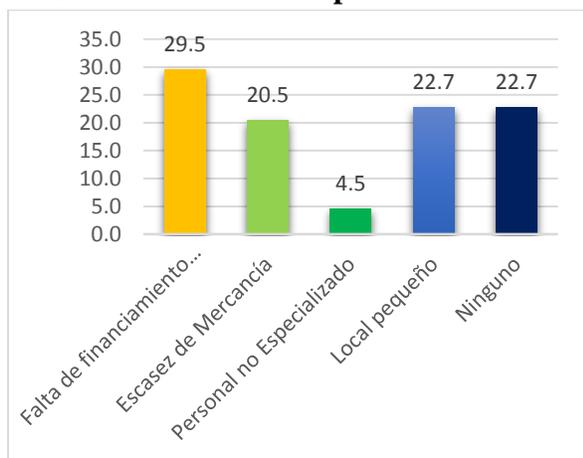
Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 11 el 68% de las MIPYMES de la avenida central afirman estar afiliadas a la cámara de comercio en conjunto con las demás organizaciones, mientras que un 32% afirma no estar afiliado, por falta de interés o falta de tiempo ya que para ser partícipe de estas actividades se hace

una pequeña colaboración en efectivo que va de acorde a su negocio.

Según Entrevista realizada a gerente de la cámara de comercio, aproximadamente solo un 2% tiendas de la avenida central de la ciudad de Estelí, se encuentran afiliadas oficialmente a la cámara de comercio, sin embargo, el 88% restante de las tiendas, si participan en las actividades que implementa la cámara de comercio, pero no oficialmente afiliadas.

Gráfico No. 12 Principales limitantes

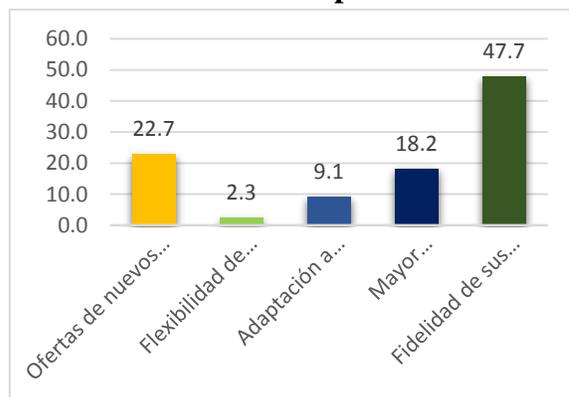


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 12 las MIPYMES pueden sufrir alteraciones debido a muchos factores, según el gráfico los propietarios y/o encargados de las tiendas de la avenida central un 29.5% considera que uno de sus principales limitantes es la falta de financiamientos o créditos por parte de entidades bancarias o financieras, un 20.5% menciona que la escasez de ciertas mercancías que los clientes demandan es escasa debido a que es muy demandada o su producción es lenta, un 4.5% añadió que el no poseer un personal capaz de atender a los

clientes en tiempo y forma es lo que podrían considerar como una de sus principales limitantes, el 22.7% considera que el no poseer un espacio lo suficientemente amplio es su mayor desventaja, y el otro 22.7% considera que no poseen ninguna limitante que afecte el desempeño de sus funciones

Gráfico No. 13 Principales fortalezas

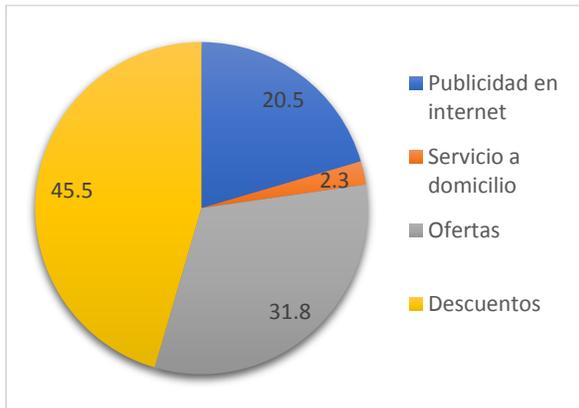


Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 13 cada una de las MIPYMES que existen en la avenida central de la Ciudad de Estelí presentan una característica que las diferencia de las demás, cada una de estas da inicio de una manera lenta y continua, desarrollando ciertas fortalezas que hacen que se desarrolle y tome impulso y sea del conocimiento público y del agrado de la clientela, según el gráfico el 47.7% de estas MIPYMES considera que la fidelidad de sus clientes es una de sus principales fortalezas en el mercado, un 22.7% opina que el ofertar nuevos productos es una de sus principales ventajas, en cambio el 18.2 % afirma que su posicionamiento los mantiene un paso adelante que otras tiendas, sin embargo un 9.1% dice adaptarse correctamente a las nuevas tecnologías con las que el público interacciona y el 2.3%

considera que la flexibilidad en sus contratos es su mayor fortalezas

¿Gráfico No. 14 Estrategias que más utiliza?



Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario aplicado.

Según el gráfico No. 14 las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí utilizan diversas estrategias para crecer entre la que más destaca son los descuentos con un 45.5%, las ofertas es la segunda estrategia más implementada según 31.8% de los encuestados, la publicidad en internet ha venido a formar parte de dichas estrategias ya que un 20.5% de los encuestados las implementa y por último un 2.3% implementa la estrategia del servicio a domicilio.

Según encuesta realizada el 100% de las personas encuestadas afirman que la implementación de estas estrategias les ayuda a cumplir con sus objetivos de ventas, y de este modo suplir con sus necesidades básicas y el cumplimiento de sus impuestos.

En base a los resultados obtenidos en este capítulo las estrategias que se proponen en

este estudio para contribuir al desarrollo y sostenibilidad de las MIPYMES.

Estrategia No. 1 Atención al cliente

Objetivo: Brindar una mejor atención al cliente

Acciones:

1. Capacitación al personal.
2. Incentivos a personal.
3. Trabajo de equipo coordinado.
4. Buena presentación de tienda y colaboradores.

Estrategia No. 2 Nuevos métodos de venta

Objetivo: Adaptación a nuevos métodos de venta.

Acciones

1. Uso del internet.
2. Implementación de servicio a domicilio.

Estrategia No. 3 Variedad en sus productos

Objetivo: Desarrollar variabilidad de sus productos.

Acciones

1. Nuevos proveedores.
2. Buscar financiamiento.

Estrategias No. 4 Adecuada Administración

Objetivo: Mejorar la administración económica

Acciones

1. Reinversión.
2. Tener claros objetivos y metas de la empresa.
3. Registro y control de las operaciones.

Estrategia No. 5 Fidelización y búsqueda de nuevos clientes.

Objetivo: Fidelizar y buscar nuevos clientes

Acciones

1. Atención personalizada.
2. Diferenciación de productos.
3. Descuentos y ofertas.
4. Conocer gustos y preferencias del cliente.

Estrategia No. 6 Establecimiento y formalización de negocio

Objetivo: establecer y formalizar las MIPYMES de la avenida central

Acciones

1. Inscripción del negocio en la Alcaldía.
2. Pago de impuestos a la DGI y la Alcaldía.
3. Registro de sus colaboradores en el INSS.
4. Afiliación a la cámara de comercio.
5. Realización planes de negocios.

Estrategia No. 7 Participación en foros nacionales y extranjeros.

Objetivo: permitir la participación de la MIPYMES en foros nacionales e internacionales que promueven el emprendedurismo y la facilidad de crédito.

Acciones

1. Capacitación a nuevos emprendedores.
2. Participación en foros de administración de tu negocio.
3. Facilidad de créditos.

Estrategias No. 8 Conocimientos tecnológicos

Objetivo: conocer sobre los avances de la tecnología para ser más eficiente en área financiera y márketing

Acciones

1. Dominio sobre algunos temas tecnológicos para reevaluar la competencia con otros negocios.
2. Fomento de conocimientos contables para un mayor control.

Estrategia No .9 Políticas de fomento a las MIPYMES

- **Programa Usura Cero**
- **Ferias de emprendimiento**
- **MEFFCA**
- **Entidades Financieras**

Objetivo: Desarrollar planes estratégicos o políticas que incentiven al desarrollo y crecimiento de las MIPYMES.

Reducción de las tasas de interés mediante las políticas monetarias/créditos más baratos

Incluir a MIPYMES en ferias económicas durante fechas festivas o de interés general.

Creación de fondos para reducir las tasas de interés de los créditos o préstamos brindados a MIPYMES.

Acciones:

1. Desarrollo de nuevas políticas de apoyo para las MIPYMES.
2. Créditos más accesibles para MIPYMES en crecimiento.
3. Participación de entes bancarios en proyectos únicamente para MIPYMES.
4. Generar espacios para la participación de MIPYMES en ferias económicas.
5. Mediante políticas monetarias expansivas que permitan una reducción de las tasas de interés por ende un mayor acceso al crédito, crear y/o facilitar préstamos para un fácil

cumplimiento de metas y solvencias en créditos.

CONCLUSIONES

Según la encuesta realizada se concluye que la mayoría de encuestados son personas entre las edades de 21 a 30 años, el 70 % de estas corresponde al sexo femenino, entre los cuales poseen un nivel académico técnico y universitario.

Mediante esta investigación se logró demostrar los aportes que tienen las MIPYMES existentes en la avenida central en el crecimiento económico de la ciudad de Estelí, al investigar a cerca de estas micros, medianas y pequeñas empresas se logró dar a conocer sus principales características, su contribución a la economía local y las estrategias que los nuevos emprendedores ponen en práctica para la sostenibilidad y el crecimiento de sus negocios.

Es importante que estas MIPYMES tengan alianzas con otros emprendimientos que buscan su mismo desarrollo y crecimiento en cuanto a su giro comercial, del mismo modo con entidades como la cámara de comercio para promover actividades y estrategias que impulsen la comercialización de sus productos, con la alcaldía convenios de pagos de impuestos y permisos especiales para un correcto funcionamiento.

El estudio de las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí permite identificar que pese a la existencia de grandes negocios las micros, medianas y pequeñas empresas se han convertido en uno de los

grandes rivales, puesto que aunque son una unidad productiva pequeña, puede presentar características de adaptación, de innovación, y de flexibilidad en el mercado del mismo modo que sin poseer personal profesionalmente capacitado son capaces de generar ingresos para la supervivencia de su negocio, pago de colaboradores y el pago de impuestos al Estado.

En cuanto al cumplimiento de la hipótesis de esta investigación se cumple en el gráfico número 14 en el apartado del análisis de resultados, en el punto número tres: aportes al crecimiento económico del municipio, se respalda de manera total que el aporte que brindan las MIPYMES de la avenida central de la ciudad de Estelí es significativo e importante para el crecimiento económico local por medio de la reinversión, la generación de empleos, el pago de impuestos y el pago de servicios básicos.

AGRADECIMIENTO

Gracias a nuestra Universidad, UNAN-Managua/FAREM Estelí, por facilitarnos la documentación necesaria para culminar nuestro estudio, de igual manera a nuestros docentes de la universidad FAREM-Estelí por apoyarnos en el transcurso de esta investigación.

Gracias a las MIPYMES de la avenida central del municipio de Estelí y a los colaboradores de las instituciones como la Alcaldía de la Ciudad de Estelí y Cámara de comercio de Estelí por darnos la información clave para sustentar nuestro estudio.

REFERENCIAS

Bernal, César (2010). Metodología de la Investigación.

Hernández, Roberto (2014). Metodología de la Investigación.

Alcaldía Municipal de la ciudad de Estelí año 2020.

Cámara de comercio de la Ciudad de Estelí año 2020.