

Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua**

**UNAN- Managua**

**Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí**

**FAREM- Estelí**

**Departamento de Ciencias salud y Tecnología**

**Turismo Sostenible**



**Seminario de Graduación para optar al Título de Licenciatura en  
Turismo Sostenible.**

**Promoción de las MIPYMES turísticas en Establecimientos de  
Artesanía del casco urbano del Municipio de Estelí. II semestres  
2012**

**Autoras:**

**Anielka Massiell Dávila Herrera**

**Abigail Johana Rayo Chavarria**

**Lucelia Zeledón Blandón**

**Tutores**

**Esp. Aminta Briones**

**Lic. Arelis Moreno**

## **AGRADECIMIENTO**

### **A Dios.**

Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A nuestros padres**

Por el apoyo incondicional que nos han brindado durante este tiempo de nuestra carrera, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que nos han permitido ser unas personas de bien, pero más que nada por su amor.

### **A nuestros profesores**

Por haber dedicado su tiempo en nuestras enseñanzas, enriqueciendo nuestros conocimientos, apoyándonos en todo momento y por habernos brindado confianza y amor.

También agradecemos a todas las personas que de una u otra manera nos apoyaron en la realización de este trabajo como son:

Sr. Salvador López presidente de CANTUR

Sr. Francisco Rodríguez representante de CAMIPYME.

A los propietarios de los establecimientos de artesanía por su tiempo y amabilidad que nos brindaron al momento de las entrevistas.

## INDICE

Capítulo I: INTRODUCCION.....	1
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.3. Preguntas directrices.....	6
1.4. Justificación.....	7
Capítulo II: OBJETIVOS.....	8
2.1. Objetivo general	
2.2. Objetivos específicos	
Capítulo III: MARCO TEORICO.....	9
3.1 Registro único de las MIPYMES.....	10
3.2 Surgimiento y evolución de las MIPYMES turísticas.....	11
3.3 Importancia de las micro empresas.....	12
3.4 MIPYMES turísticas en Nicaragua.....	13
3.5 Presencia de las MIPYMES en Estelí .....	14
3.6 Artesanía a nivel nacional.....	15
3.6.1 MIPYMES de artesanía en la ciudad de Estelí.....	16
Capítulo IV: METODOLOGIA.....	17
Capítulo V: RESULTADOS .....	19
5.1 Descripción actual de los establecimientos de artesanías.....	20
5.2 Datos generales de las MIPYMES de artesanía turísticas.....	22
5.3 Descripción de cada uno de los establecimientos de artesanías.....	24
5.4 Análisis FODA.....	31
5.5 Propuesta para la promoción turística de las MIPYMES de artesanías en el casco urbano del municipio de Estelí.....	33

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

5.6 Descripción de la propuesta .....	34
Capítulo VI: CONCLUSIONES.....	37
Capítulo VII: RECOMENDACIONES.....	38
Capítulo VIII: BIBLIOGRAFÍAS.....	40
ANEXOS.....	41

## **I. INTRODUCCIÓN**

En atención a la importancia del rol que cumplen las MIPYMES de artesanías en el desarrollo de la economía familiar, local y nacional, se consideró pertinente la realización del presente estudio, a fin de obtener conocimientos sobre la promoción de las MIPYMES turísticas en establecimiento de artesanías.

El estudio facilita el conocimiento de las potencialidades de artesanía en el sector turismo, para que de ello se deriven acciones que fortalezcan la promoción para el desarrollo empresarial

De igual forma, el estudio pretende contribuir a la promoción de las MIPYMES turísticas en establecimiento de artesanías, se considera la realidad de los artesanos del sector artesanía y los procesos cambiantes que se viven.

Es oportuno reconocer la importancia que reviste el estudio, al abrir camino para continuar profundizando sobre el tema, tanto para la comprensión de la realidad existente como para la identificación de las fuerzas sociales y las relaciones humanas. En ese sentido se contribuye a llenar vacíos de conocimiento de orden cualitativo que persisten alrededor de las actividades económicas de la artesanía en el casco urbano del municipio de Estelí.

El período asignado para el estudio, un semestre, constituyó una de las principales limitaciones; los objetivos y resultados planteados en los términos de

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

referencia fueron demasiado ambiciosos al no considerar el corto tiempo establecido para su alcance. Esto no facilita realizar un estudio de tipo exploratorio y descriptivo.

Durante el proceso de búsqueda de información específica y actualizada sobre el sector, se enfrentaron dificultades derivadas de la limitada disponibilidad de las MIPYMES y más aún por el casco urbano del municipio de Estelí. En gran parte, esta necesidad para el estudio fue cubierta con información proporcionada por algunas instituciones y artesanos. Esto permitió conocer la situación actual del sector artesanía en el casco urbano del municipio de Estelí.

## 1.1. ANTECEDENTES

La promoción turística puede ser un mecanismo para el desarrollo de la micro empresas. Son pocos los negocios que avanzan a falta de esta actividad. Es por ello que las MIPYMES turísticas de artesanía no pueden quedar excluidas ante la competencia.

Las MIPYME de artesanía al igual que muchos negocios comerciales del casco urbano de Estelí hacen uso de pequeños anuncios radiales, escrito, televisivo o brochure para darse a conocer e informar, persuadir y recordar a sus posibles clientes o proveedores la existencia de estos establecimientos.

Criterio por el que consideramos necesarios realizar un estudio para poder determinar la importancia de la promoción para el desarrollo de las artesanías.

Urania Zelaya, CANTUR (Cámara Nacional de Turismo) CAMIPYME (Centros de Apoyo de Micro Pequeña y Mediana Empresa), Casa de Cultura e internet.

Estudio relacionados al tema se encontraron 3 investigaciones sobre:

- La importancia de la publicidad para el desarrollo de las MIPYMES (joyería) en el municipio de Estelí en el año 2011. Elaborado por: Carmen María Moncada Briones, Claudia Mercedes Bolaños López y Jannet de Jesús Gómez López; este documento trata sobre: la publicidad más utilizada por los dueños de las joyerías es la auditiva (perifoneo, o radial) ya que este es un medio masivo que les permites a los micro empresario a cubrir el mercado.
- En otra investigación que aborda: El Papel e importancia de las pequeñas medianas empresas en el desarrollo turístico de Nicaragua 2007. Este documento fue elaborado por el Lic. Freddy Ahmed Guadamuz Herrera. este

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

documento trata sobre: las problemáticas que enfrenta el sector de las pequeñas y medianas empresa turísticas desde el punto de vista micro financiera, transformación gerencial competitividad, fortalecimiento institucional y potenciales de alianzas estratégicas.

- MIPYMES turísticas de la ciudad de Estelí y sus principales cuellos de botellas. Elaborado por Belkis Aracely Melgara Hernández y Anyoli Julieta Ruiz Sanabria, este documento trata sobre: las principales debilidades de la micro pequeño y mediana empresa destinadas a la actividad turística que generan mayores ingresos al país y la manera de que estas son tratadas en un enfoque gerencial.

### Internet

- Diagnóstico de la micro pequeña y mediana empresa. Managua 2008. En este diagnóstico se nos presenta un estudio realizado en el municipio de Estelí donde abarca en su totalidad las MIPYMES de textiles, vestuario, alimento, artesanía, madera, cuero y calzado.

Este estudio se enfoca específicamente en los establecimientos de artesanía establecidas en el casco urbano de Estelí para conocer la importancia de la promoción turística para el desarrollo de las mismas.



## 1.2. PROBLEMATICA

¿Porque las MIPYMES turísticas de Artesanía no se están promocionando como un atractivo turístico. En el casco urbano del municipio de Estelí II Semestre 2012.

En la ciudad de Estelí las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la artesanía son de gran importancia para el desarrollo del turismo en el municipio, ya que estas son generadoras de auto empleo lo cual permite la sostenibilidad de las familias que se dedican a esta actividad comercial.

Los pequeños empresarios solo están interesados en vender y obtener ingresos, no tienen motivaciones de innovar o diversificar sus negocios.

El desarrollo de estos negocios se ve obstaculizado por que la mayoría no cuenta con un capital suficiente para realizar la promoción, herramienta que les permite divulgar sus productos en el mercado.

El no hacer uso de la promoción evita que los pequeños empresarios no tenga un crecimiento en el mercado esto imposibilita que las personas no conozcan sus productos, lo cual ocasiona una disminución en las ventas.

Unas de las principales causas por las que no se invierte en promoción es la desintegración de los artesanos, esto conduce a desaprovechar las oportunidades por parte de las instituciones.

### **1.3. PREGUNTAS DIRECTRICES**

¿Cuáles son las condiciones actuales en las que se encuentra las MIPYMES de artesanía?

¿Cuáles son las debilidades y potencialidades que presentan las MIPYMES turísticas de artesanías?

¿Qué propuestas se pueden diseñar para la promoción turística de Artesanía del casco urbano del municipio de Estelí?

#### **1.4. JUSTIFICACION**

Conociendo la limitada visión empresarial de los pequeños negocios de la ciudad de Estelí y la inexistencia de un estudio sobre la importancia que tiene la promoción turística de las MIPYMES, se pretende que esta investigación facilitara información útil para la toma de decisiones de los pequeños empresarios dedicados a la artesanía del casco urbano de Estelí.

De igual manera será de utilidad a Organismos e instituciones que promueven el desarrollo de las micro empresas que podrán aprovechar esta investigación para darse cuenta de la crítica situación en la que se encuentran las MIPYMES y la especial atención que debe recibir.

También será de gran provecho para las personas que deseen consultar este documento con el fin de informarse sobre los establecimientos de MIPYMES Turísticas de artesanías que se encuentran en el casco urbano de Estelí.

El propósito del estudio es identificar la necesidad de promoción de las MIPYMES turísticas de artesanías, ya que este es un instrumento de mucha importancia para el crecimiento de estas, lo cual contribuye al desarrollo de los artesanos para dar a conocer sus negocios en los diferentes medios de comunicación más utilizado por las personas y así poder brindar nuestro aporte como gestores (as) del turismo, debemos incentivar, facilitar y fortalecer la actividad turística.

## **II.OBJETIVOS DE INVESTIGACION**

### **2.1. Objetivo General**

- Proponer iniciativas de promoción para las MIPYMES turísticas de artesanía en el casco urbano del municipio de Estelí.

### **2.2. Objetivo Especifico**

- Analizar las condiciones actuales en la que se encuentran las MIPYMES turísticas de Artesanía.
- Identificar las debilidades y potencialidades que presentan las MIPYMES turísticas de artesanías.
- Crear una propuesta para la promoción turística de Artesanía.

### III. MARCO TEORICO.

Las MIPYME nicaragüenses está constituida por dos vertientes; el sector MIPYME de baja productividad y el sector MIPYME con potencial competitivo. El primer sector es importante en la economía nacional fundamentalmente porque sostiene el empleo de subsistencia mayoritario en el país. El segundo, menos importante en cuanto al empleo, sin embargo es el sector de la base empresarial con mayor potencial como conjunto para absorber los saltos en la productividad como lo exige la economía globalizada.

Según la ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro pequeño y mediana empresa Se clasifican en micro pequeño y mediana empresa dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas anuales. Eje.

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana
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

La Ley de las MIPYME fue aprobada el 24 de Enero del 2008 y publicada en el Diario Oficial La Gaceta N0.28 del 8 de Febrero del 2008. Su Reglamento Decreto No.17-2008 fue aprobado el 04 de abril del 2008 y publicado en el Diario Oficial

La Gaceta No. 82 del 05 de Mayo del 2008. Las MIPYME constituyen un factor clave para el desarrollo económico del país. Son todas aquellas micros, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales de exportación, turísticas, artesanales y de servicios entre otras.

La ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro pequeño y mediana empresa (Ley 645) Es un instrumento jurídico de mucha importancia para el sector MIPYME, ya que les permite promover el desarrollo y competitividad de las empresas a través del acceso al financiamiento, acceso a nuevas tecnologías y a servicios de desarrollo empresarial

El MIFIC es el encargado de definir políticas y estrategia para el desarrollo de las MIPYMES en coordinación con INTUR desarrollando programas con la cooperación internacional , organización no gubernamentales (ONG) Y con los municipios , incrementando acciones para fomentar una coordinación de todos los organismos de apoyo a las MIPYMES .De modo que si se apoya la modernización de las MIPYMES turísticas y estas se suman a los servicios de calidad de las grandes inversiones, se estará fortaleciendo la calidad y competitividad de la mayor parte de los servicios turísticos .

### **3.1 Registro único MIPYME**

Según el arto.32 de la ley 645, ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (LEY MIPYME), tiene como propósito contar con una base de datos suficientemente amplia que permitirá asistir adecuadamente a las MIPYME y que tengan acceso a los incentivos contemplados en la leyes de la materia.

#### **Beneficios**

- La empresa podrá acceder a los beneficios que otorga la ley MIPYME

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

- Las MIPYME registrada podrán acceder a incentivos fiscales y programas de apoyo a las MIPYME.
- La empresa podrá hacer sus trámites ante el MIFIC de manera más rápida.

### **Procedimientos y requisitos**

Presente al centro de apoyo a la micro pequeña y medianas empresas (CAMIPYME) de su departamento o a la ventanilla única de inversiones (VUI), Para llenar formulario de inscripción acompañado de los siguientes requisitos:

- Fotocopias de cedula de identidad
- Fotocopias carnet RUC
- Fotocopias de Matriculas de la alcaldías vigentes
- Escrituras de constitución (personal jurídica)
- Estado financieros(personal jurídica)

Una vez llenado el formulario de inscripción ,el formulario del CAMIPYME o la ventanilla única de inversiones ,deberá entregar al propietario o representante de la empresas , una constancias provisional que haga constar que esta ha iniciado el proceso de registro , mientras se le emita su certificado RUC .El certificado de inscripción del registro único de las MIPYME será entregado en la delegación en la que realice su trámite de registro

### **3.2 Surgimiento y evolución de las MIPYME Turísticas.**

Las causas y orígenes del sector de la Microempresa en Nicaragua, se da por la existencia de un número creciente de personas que no pueden encontrar un empleo en el sector moderno de la economía, o que han sido expulsados de este sector, la necesidad imperiosa de generar una fuente de ingresos y de esta necesidad es resuelta creando una unidad económica propia.

Las condiciones constitutivas de las microempresas son de escaso capital inicial, bajo nivel de calificación y ausencia de formación empresarial. A partir de esta definición de Microempresa podemos establecer diferencias sustantivas entre la

Microempresa y el tipo de empresa más conocida (pequeña, mediana o grande) que llamaremos tradicional. (Jose de Ferrari, 2010)

- En primer lugar, el nivel de capitalización que en las microempresas suele ser extremadamente bajo y que limita, si no niega, su adecuado funcionamiento y su inserción en los mercados.
- En segundo lugar, el origen: Las Microempresas nacen por la falta de empleo y por la necesidad de sobrevivencia de los pobres, en tanto que las empresas tradicionales se originan en la búsqueda de lucro, lo que es posible a partir de la acumulación o el ahorro.
- En tercer lugar, dentro del concepto de Microempresa involucra al autoempleo, que en términos básicos no constituye empresa propiamente; sin embargo, esto es así por el origen común y por las características similares de aquel con la Microempresa propiamente dicha.

### **3.3 Importancia de la Microempresa**

La importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución al desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. En efecto, uno de los objetivos fundamentales del Gobierno Nacional es la construcción de una sociedad más equitativa, en la que los beneficios del desarrollo sean compartidos por el mayor número de miembros de la sociedad

Las MIPYME, a pesar de su importancia económica, por su baja escala y sus bajos grados de organización y gestión, están en situación de desventaja en los mercados de crédito, tecnológico y de exportación por lo cual estas unidades requieren de una atención especial a través de estrategias integrales que abarquen en forma sistemática los diferentes aspectos que inciden el desempeño y crecimiento del sector como son: financiamiento, tecnología y conocimiento, recursos humanos, educación, capacitación y formación profesional, mercadeo y comercio exterior, marco regulatorio y asociatividad empresarial



En nuestro país el sector turístico es de vital importancia, dada su aportación a la actividad económica., Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, la inclusión del sector turístico dentro de los sectores prioritarios para desarrollar acciones que permitan a las empresas MIPYMES incrementar su competitividad.

Las Pymes en Nicaragua representan el 95% de las 154 mil empresas formales registradas, “por lo que son la columna vertebral de nuestra economía”. Aportando así más del 50 por ciento del Producto Interno Bruto en nuestro país.

(Edgar Barberena, 2008)

### **3.4 MIPYMES Turísticas en Nicaragua.**



La importancia de las MIPYMES en Nicaragua como sector promotor del desarrollo económico del país, radica en el hecho de que representa la mayoría de las empresas nicaragüenses se han convertido en la mayor generadora de empleos y cuenta con una gran flexibilidad en su procesos productivos. Todo esto contribuye a que estas empresas se vean compitiendo a nivel nacional e internacional en un entorno cada vez más competitivo, sujeto a cambios como resultado de la globalización y dentro del cual Nicaragua se inserta cada día de manera más activa.

Además de las características anteriores, las MIPYMES demandan un alto consumo de materia prima nacional, requieren de bajos niveles de inversión por ejemplo generados y montos de financiamiento relativamente bajos y pueden lograr encadenamientos productivos verticales a través del ancla de las grandes industrias o bien de los encadenamientos horizontales.

Según estadísticas brindada por OFCOME (oficinas comerciales), con datos del Banco Central de Nicaragua (BCN), el 19.9% del producto interno bruto para el 2011, estuvo representada por las industrias manufactureras, entre ellas las artesanías, así mismo central american data (red de negocios centroamericana), Más del 50% de las PYMES muere antes de los tres años, un 90% no pasa de los cinco años de existencia y sólo el 10% sobrevive. En el caso de Nicaragua el tema es delicado, “porque el 60 por ciento de su columna vertebral empresarial son micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales aportan el 40 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), calculado en más de seis mil millones de dólares.

Sin embargo , la falta de información económica sobre el sector MIPYME , no permite cuantificar de manera precisa el peso que tiene este sector en la participación del producto interno bruto (PIB).La ausencia de estadísticas específicas imposibilita poder dimensionar su participación en los principales indicadores macroeconómico , sin embargo se ha logrado identificar su aporte en el nivel de generación de empleo , número de unidades empresariales.

### **3.5 Presencia de MIPYMES en Estelí.**

En Estelí al igual que otros departamentos del país, se elaboran productos artesanales los cuales se comercializan por pequeñas empresas, las cuales se ven en la crítica situación de competir entre sí al igual que los demás sectores comerciales, para poder sobrevivir al mercado y obtener unos altos índices de ventas los que les darán como resultado las utilidades deseadas. La situación actual que manifiesta la competencia en el sector artesanal es muy estricta, ya que cualquier descuido o modificación del producto provoca que la competencia obtenga ventajas competitivas

### **3.6 Artesanía a nivel nacional**

Las manos del artesano Nicaragüense han transformado, durante muchos años, materiales inertes, falto de belleza en magnificas obras de arte apreciadas tanto nacional como internacionalmente.

Se dice que Nicaragua posee dentro de la región Centroamericana, la más grande y exitosa variedad de artesanías. Cada departamento del país se caracteriza por algún estilo, material, diseño, técnica o incluso por la referencia de algún artesano en particular que es representativo de algún pueblo o ciudad. Entre los materiales utilizados podemos encontrar el barro, madera, mimbre, textiles, frutos secos, hojas de elote, conchas de mar, etc.

Además de ser una importante expresión artística y cultural, la artesanía es un producto esencial para el turismo, demandada ampliamente por turistas como recuerdos de sus viajes, es también un elemento singular en los planes de promoción turística y para el establecimiento de estrategias de marca país.

No obstante la industria turística del país representar el sector más dinámico de la economía, la actividad artesanal ha mostrado flaquezas e ineficiencias.

(Jose de Ferrari, 2010)

### 3.7 MIPYMES de Artesanía de la Ciudad de Estelí.



La ciudad de Estelí tiene sus propios encantos y atractivos culturales destacándose centro de comercio y paso obligatorio de viajeros que se dirigen hacia los departamentos de Nueva Segovia y Madriz.

La ciudad de Estelí es muy privilegiada no solamente por su posición geográfica sino también por contar con personas muy emprendedoras y con una gran habilidad de elaborar productos entre ellos la artesanía que lo diferencie de los demás.

La artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás.

Para muchas personas, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte, Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero en sentido práctico. También quedan algunos artesanos que se dedican a los llamados «oficios tradicionales», pero cada vez son menos.

Uno de los principales problemas de la artesanía es la forma de comercializar sus productos, ya que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Otra dificultad que presentan los artesanos es la desintegración en las cooperativas ya que cada socio trabaja por sí solo.

#### **IV. METODOLOGIA**

La presente investigación se llevó a cabo en el casco urbano del municipio Estelí para realizar nuestro tema de investigación promoción de las MIPYMES turísticas en Establecimientos de Artesanía.

Se utilizó el método inductivo y la observación, el tipo de investigación es descriptiva, con enfoque cualitativo ya que se describe y se hace un análisis de las problemáticas que poseen las MIPYMES turísticas del casco urbano de Estelí.

Por ser poco los artesanos que habitan en el casco urbano de Estelí se tomaron en cuentas 16 artesanos, con una muestra de 10.

#### **Selección de la muestra**

Por tratarse de un estudio con enfoque cualitativo se estableció una muestra pequeña que posibilitara el conocimiento y la comprensión de la situación y posición de las MIPYMES de artesanía a fin de derivar propuestas para la promoción turística de artesanía.

De la muestra total seleccionada 10 artesanos mujeres y hombres dueños de micro y pequeña empresa el 57 % estuvo constituido por hombres y el 47 % por mujeres.

La recolección de información se realizó durante el mes de agosto y parte de noviembre de 2012, a través de las técnicas y aplicación de los instrumentos Descritos.

Esta investigación se realizó en tres fases:

#### **Fase 1: Revisión documental y elaboración de instrumento**

La combinación de estos procesos permitió la definición de técnicas y elaboración de instrumentos para la recopilación de la información: guía de encuestas individuales para actores y actoras clave de nuestra investigación.

### **Fase 2: Trabajo de campo**

Estuvo constituida por el trabajo de campo orientado esencialmente a la recolección de la información necesaria para el logro de los objetivos del estudio. Con la aplicación de la encuesta. En esta fase se identifican dos momentos. En el primero se realizaron los contactos para la caracterización del municipio y la identificación, en ellos, de las actividades económicas del sector artesanía sujetas de estudio; la identificación de las MIPYME del sector artesanía y la indagación de las instituciones u organismos que trabajan para el desarrollo empresarial. En el segundo momento, se realizaron visitas a los establecimientos.

### **Fase 3: Análisis y ordenamiento de la información**

Correspondió a la organización, análisis y el procesamiento de la información.

### **Fase 4: elaboración del informe final**

#### **Técnicas e instrumentos de recolección de información**

En el proceso de recopilación de información se hizo uso de las siguientes técnicas:

Recopilación de información documental

- Observación
- Encuesta individuales

#### **Procedimientos**

Las encuestas fueron diseñadas con preguntas abiertas y se aplicaron a 10 artesanos líderes en el ramo de la artesanía.

## **V. RESULTADOS**

Los artesanos muestran gran satisfacción ya que es un trabajo que está en manos del núcleo familiar y aunque sean micro talleres generan auto-empleo y empleo familiar; cuando necesitan producir más unidades.

Como en toda microempresa, los ingresos que se perciben son familiares, no hay Salarios asignados, es un ingreso que se percibe para los gastos de toda la familia.

Los talleres están ubicados en las casas, y no tienen infraestructura apropiada para funcionar como tales.

Los talleres de artesanía de barro están en manos de grupos familiares en los que los miembros unen sus fuerzas productivas para la supervivencia.

En referencia a los ingresos que perciben las familias por las actividades económicas que realizan en sus unidades de producción, donde predomina la mano de obra familiar, caso concreto artesanía de barro, se constituyen en ingresos familiares, es decir que no existe una asignación salarial a cada miembro de la familia que trabaja en el taller.

Los miembros del hogar trabajan por cuenta propia y conjuntamente con los otros miembros de la familia, los ingresos y productos de estas unidades económicas no necesariamente se acumulan en un presupuesto común, sino que los recursos Provenientes de distintos ingresos, se asocian en dependencia del uso que se les Va a dar.

## **5.1 Descripción actual de los establecimientos de artesanías.**

Se considera al artesano como un representante de la cultura ya que este retoma el arte de nuestros antepasados para plasmarlos en la sociedad moderna, pero este ha venido presentando dificultades como: la competencia en sus productos, la falta de expansión a otros mercados.

Condiciones actuales en la que se encuentran las MIPYMES

- ✓ Falta de infraestructura:
- ✓ Poca demanda de sus productos:
- ✓ Poca promoción
- ✓ Limitación de algunos artesanos en la obtención de la materia prima
- ✓ Falta de motivación de los propietarios
- ✓ Buena accesibilidad
- ✓ Precios accesibles

Los establecimientos no tienen una buena infraestructura para la elaboración de sus productos, la cual es una limitante para que el turista pueda hacer un tour por cada establecimiento y poder observar el proceso artesanal. Ya que esta actividad la realizan en las casas particulares de los dueños, y el espacio con el que cuenta la mayoría no son muy amplios

Sus productos no tienen mucha demanda, por la falta de inversión en los medios de comunicación para conocer sus productos artesanales, por la dificultad misma que no tiene la demanda ni los ingresos necesarios para invertir en medios de promoción.

Otra problemática de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia similar a los productos artesanales, pero con menor precio y calidad.



## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

Al igual la falta de cultura de no consumir lo nuestro y de estas que son herencia de nuestro ancestros siendo esto un patrimonio cultural de mucha importancia.

Los artesanos presentan limitantes en obtener la materia prima en el caso de los artesanos que trabajan la piedra marmolina que es el caso del señor Modesto Adali Aguilar que nos comentaba en la entrevista, que la piedra marmolina la extrae de la reserva natural Tisey - Estanzuela por ser una área protegida es prohibida la extracción de la misma y en ocasiones se la quitaban.

En el caso de 3 artesanos que trabajan con madera muchas veces se les dificulta obtener madera por ser un recurso agotable en Nicaragua por el alto índice de exportación ilegal de la madera, e incendios forestales.

Estas son algunas de las razones por lo cual los artesanos se retiran de esta labor por la falta de motivación ya que al no vender sus productos ellos tienen que buscar otra alternativa para subsistir.

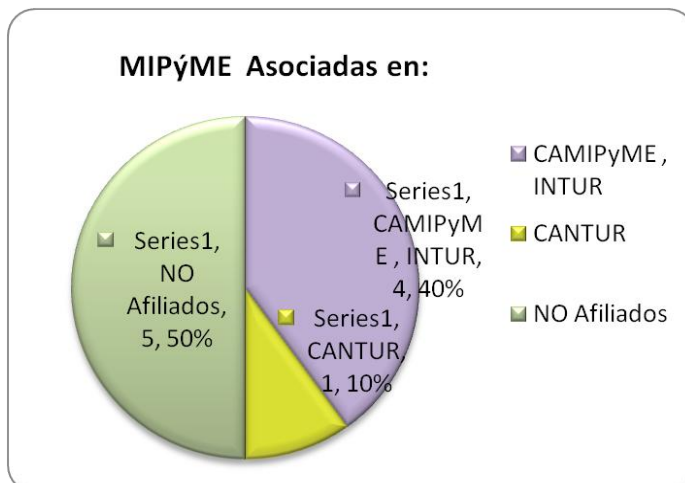
En esta pequeña industria no todo es negativo, ya que estos negocios cuentan con una buena accesibilidad por estar ubicados dentro del municipio de Estelí, al igual la facilidad de los precios oscilan entre c\$20 a 300.

### 5.2 Datos generales de las MIPYMES de artesanías turísticas.

En la aplicación de las encuestas, se obtuvieron datos que permitieron hacer un análisis sobre cada una de las variables de estudio de esta investigación

#### Grafico 1

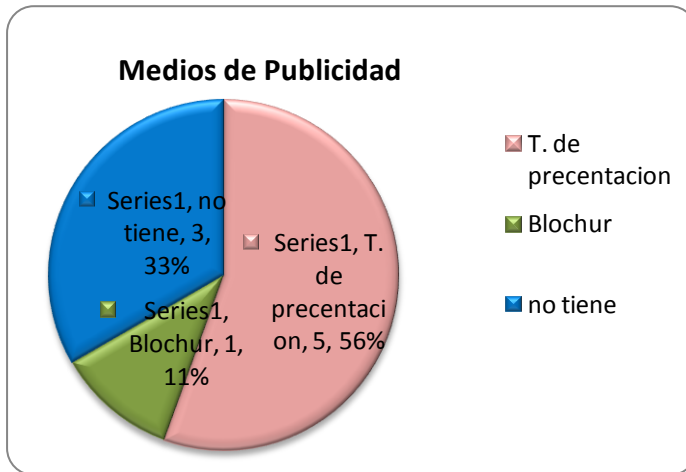
#### MIPYMES asociadas en organismos o instituciones.



Como se aprecia en el gráfico, Estelí cuenta con instituciones u organismos que trabajan con las MIPYMES pero en su mayoría estas no están asociadas por falta de organización por parte de los artesanos en unirse a estas instituciones para poder aprovechar los beneficios que estos ofrecen.

### Grafico 2

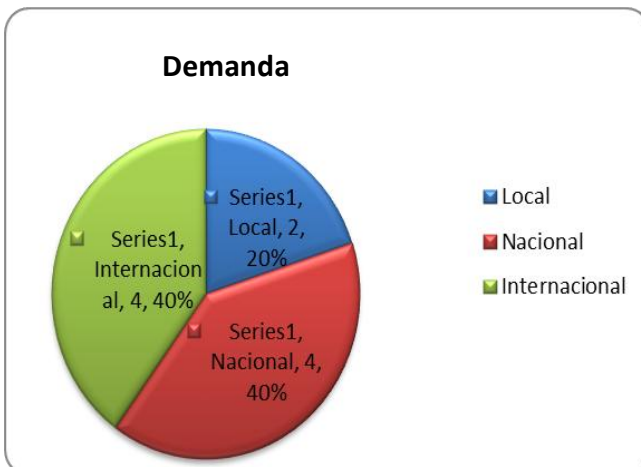
#### Medios de publicidad utilizados por las MIPYMES.



Uno de los aspectos que se muestra en este grafico es el uso de la tarjeta de presentación como único medio para darse a conocer, es importante recalcar que el uso de los brochure lo usan en las cooperativas (COOSEMEN y Cooperativa Christine King), con el 30% de los establecimientos de artesanías no poseen medios de publicidad cual presenta una gran limitante para dar a conocer su productos.

### Grafico 3

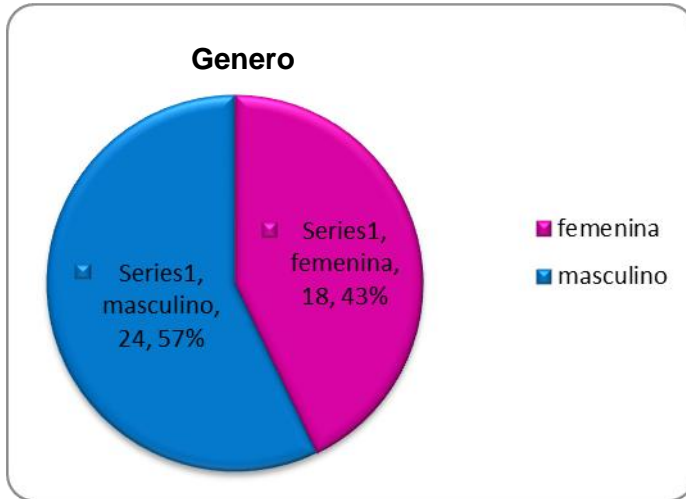
#### Demanda



Este grafico nos muestra la cantidad de demanda que tienen las MIPYMES de artesanía con la presencia de visitantes que sobresalen nacionales e internacionales y con un menor porcentaje local, Lo que nos sugiere que estas visitas externas son reflejadas solo en ferias que se llevan a cabo en el casco urbano del municipio de Estelí.

**Grafico 4**

**Género**



Este grafico muestra la presencia tanto de mujeres como hombres en la creación de productos artesanales que en su mayoría resalta la labor masculina en lo cual pudimos identificar que son negocios propios y familiares

**5.3 Descripción de cada uno de los establecimientos de artesanías.**

**Papel reciclado**



Las mujeres ambientalistas son un grupo que nace en 1990 de la necesidad de reutilizar el papel, el cual tomaron y limpiaron un vertedero de basura podrida en el borde del barrio Boris Vega para protegerse de las enfermedades infecciosas, lo

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

primero que hicieron fue separar la basura y la vendieron a bajo costo, luego aprendieron a reciclar papel a mano.

La señora Mari luz Rivera en conjunto con las demás mujeres buscaron apoyo financiero a través del organismo Casa del Tercer Mundo para la construcción del local y el equipamiento necesario para trabajar el papel reciclado.

### **Los instrumentos que se utilizan para reciclar el papel es:**

1 licuadora

1 compresora

Molde: este está hecho de madera se utiliza para sacar la forma de la hoja, hay variedad de tamaños dependiendo de lo que se vaya hacer.

Pizarras acrílicas

Procedimiento del papel

### **Preparación**

Se pica el papel y la fibra, Se pone a licuar en 15 minutos

Se licua 2 libras de papel ,2 de fibra y se le agrega 2 baldes de agua

Unas ves licuadas el papel con la fibra se introduce a una pila con agua, luego se saca en molde el papel y finalmente se pone a secar quedando listo para utilizarlo.

### **Productos que ofrecen**

Papel reciclado

Tarjetas de felicitaciones

Invitaciones de boda (se fabrican bajo pedido)

Agendas, álbumes de fotos

Separadores de libros, libretas, retrateras

Bolsas y caja de regalo

Hojas en blanco y sobre

**Taller de artesanía Guardabarranco y el Taller Fiona Jeans.**

Este taller tiene 15 años de estar funcionando trabajan en familia, su tipo de artesanía es el barro, su producto más comercializado son los juegos de tres unidades como: peces, chocitas, lunas y sol.

Han recibido capacitaciones por medio de INTUR (Instituto nicaragüense de turismo) CAMIPYME (centro de apoyo de micros y medianas empresas) los tipos de capacitaciones han sido producción, comercialización y atención al cliente, sus aprendizajes han reforzado sus conocimientos y su contabilidad.

Otro producto que ofrece el taller guardabarranco es el de costura que es elaborado por la esposa del señor Leonel Martínez es muy creativa sus productos son manteles, cepilleras, gabachas. Ellos están integrados en la cooperativa COOSEMEM pero ellos trabajan por sí solo.

Otro taller encontrado fue el taller Fiona jean, el taller funciona desde el año 2003 y es parte de la cooperativa Christine King donde se elaboran diferentes adornos en barro este grupo está integrado por personas muy creativas, el producto que más demanda tiene son las vírgenes de Guadalupe, también se elaboran botellas y conejos.

**Instrumentos que se necesitan:**

Molde

Barro

Pintura

Agua

### **Procedimiento**

Se amasa el barro y se dejar fermentar, Cuando ya está elástico el barro se introduce al molde, luego se saca y se pone al sol, cuando este bien seco se pinta.

Sus precios van desde 50 a 150 córdobas

### **Creaciones Linda**

Este taller tiene 16 años de funcionar su interés despierta cuando su hija empieza a estudiar manualidades al concluir sus estudios, ella vendió un productos elaborado por la misma fue entonces que empieza a poner en práctica lo aprendido fue así como doña Silvia aprendió a elaborar estos productos , han recibido capacitaciones por INTUR (Instituto nicaragüense de turismo), CAMIPYME (centro de apoyo de micros y medianas empresas) han sido preparados en administración empresarial, mercadeo entre otros temas de interés estas capacitaciones han sido de mucha importancias les ha ayudado al intercambio de ideas , han obtenido nuevas técnicas de manualidades a darle una buena atención al cliente.

### **Materiales que utiliza**

Camba

Fomi

Fieltro

Papel

Telas

### **Productos que ofrece**

Carteras

Bolsos

Retrataras

Joyero

Adornos para salas

Adornos para cocinas

**Establecimientos de Don Félix Pedro Cruz y Erick Arroliga en artesanías de maderas**

Este taller tiene 30 años de funcionar, el señor Feliz Pedro Cruz, su mayor sueños era llegara a ser un arquitecto, pero sus sueños fracasaron cuando tuvo un accidente, razón por la cual tiene que andar en una silla de rueda, pero su mayor orgullo a sido enseñar lo que el sabe a un grupo de niños de la calle, para que cuando ellos crecieran fuera un medio de sustento, uno de sus estudiantes es el joven Erick Arroliga , que también trabaja en madera y tiene su propio taller

**Instrumento**

Madera

Pega

Pinceles

Lijas

Barniz

**Producto que ofrecen**

Diseño de casa

Joyeros

Llaveros

Figuras de animales etc

### **Taller de piedra de marmolina Artes Limay**

Su propietario el señor Modesto Adali Aguilar Arauz este taller tiene 4 años de funcionar con el trabajan 5 personas, elaboran cinco piezas pequeñas al día este señor ha recibido capacitaciones de APRODEC, CAMIPYME (centro de apoyo de micros y medianas empresas) , CANTUR.

### **Productos que ofrece**

Ceniceros

Animales pequeños

### **Taller de artesanía**

Este taller tiene un año de funcionar, su propietaria la señora Socorro Barrera Juárez este negocio tiene dos empleadas han sido capacitadas por INTUR (Instituto nicaragüense de turismo), CAMIPYME (centro de apoyo de micros y medianas empresas) los tipos de capacitaciones que han abordado es como: mejorar sus negocios, como ahorrar, oferta y demanda.

Sus beneficios al recibir las capacitaciones han sido de mucha importancia como es el intercambio de ideas, han obtenido nuevas técnicas de manualidades a darle una buenas atención al cliente.

### **Materiales que utiliza**

Piedras

Semillas

Carey

### **Los productos que ofrece**

Pulseras



Collares en madera

Llaveros

### **Casa de cultura**

Juan Carlos Moreno con 27 años de edad y 10 años de ejercer el arte de elaborar cuadros de pintura en tusa, donde representa una variedad de imágenes como por ejemplo: la mujer nicaragüense en su desempeño en el campo, sembradillos de café, los recursos con los que cuenta Nicaragua, las artesanías elaboradas en el norte en mosaico etc.

Juan Carlos ha recibido capacitaciones y apoyo por parte de INTUR (Instituto nicaragüense de turismo), CAMIPYME (Centros de Apoyo de Micro Pequeña y Mediana Empresa) a participado en ferias y en exposiciones de cuadros en Managua y otros departamentos. En los que ha fortalecido más sus conocimientos con el intercambio de experiencias, uno de sus principales obstáculos que ha tenido es con la obtención de la materia prima ya que el maíz no se da en todo el año si no que entre los meses de (agosto- octubre) es donde más se le presenta dificultades, en la elaboración de cuadro dependiendo de su tamaño puede llevar entre 3 a 5 días.

### **Esteiling Betanco**

Ubicado de los semáforos de ENABAS 1c al este y ½ al norte, en casa particular tiene un pequeño taller Esteiling Betanco donde realiza una gran variedad de objetos de diferente tamaño, estilo, forma en madera el tiempo que se tarda entre 2 a 5 días en elaborar alguna pieza va en dependencia del tamaño y diseño. El empezó con fondo propio hace 15 años ejerce este arte de elaborar artesanías en madera ha tenido mucha demanda por parte de extranjeros y ha recibido apoyo de CAMIPYME (Centros de Apoyo de Micro Pequeña y Mediana Empresa) entre otros, la dificultad que presenta es con la obtención de la materia prima que nos comentaba que a veces la madera sube de precio, o con la retención de la madera etc. no puede realizar sus artesanías

## 5.4 Análisis FODA

La realización de este análisis es muy relevante para obtener un diagnóstico rápido de cómo se desenvuelve un negocio, además de brindar una orientación en el momento de plasmar objetivos y planes de acciones, para que estos sean lo más cercano a la realidad de las micro empresas.

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Experiencia en el negocio.	Oferta de variedad de productos artesanales en los diferentes mercados de Nicaragua.	Altos costos de materia prima.	Perdida de nuestra cultura por la introducción de otras costumbres o culturas.
Capital propio	Facilidad de financiamiento para las MIPYMES.	Poca demanda de sus productos.	Falta de expansión de sus productos por falta de financiamiento.
Capacitación de los artesanos por instituciones como (INTUR, CANTUR, CAMIPYME)	Participación en feria tanto nacional como internacional.	Falta de motivación por mejorar sus productos.	Inexistencia de políticas que apoyen a las MIPYMES
Accesibilidad a estos negocios	Existencia de programas destinados a promover acciones que permitan el crecimiento y eficiencia de actividades artesanales.	Falta de organización por parte de los artesanos.	Desintegración de las MIPYMES turísticas.

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

Precios accesibles en la compra de los productos que ofertan los artesanos.	Intercambio de experiencias con otros artesanos.	Falta de infraestructura.	Introducción de productos industriales que sustituyen los productos artesanales.
Diversidad de productos artesanales.	Crecimiento del turismo nacional e internacional	Poca promoción en los productos artesanales.	

### **5.5 Propuesta para la promoción turística de las MIPYMES de Artesanías en el casco urbano del municipio de Estelí.**

En el casco urbano del municipio de Estelí, existen 10 establecimientos donde ofrecen artesanías elaboradas de madera, piedra marmolinas, tusa, barro, manualidades, papel reciclado. Estos tienen una gran importancia para el desarrollo económico, social y turístico.

El objetivo de nuestra propuesta es impulsar iniciativas de promoción turística para las MIPYMES de artesanía ya que una de las debilidades que identificamos es la escasez de publicidad que estos tienen, por ejemplo, el medio que utilizan los artesanos para dar a conocer su negocio son las tarjetas de presentación

Nadie puede consumir lo que no conoce, por eso será necesario divulgar los establecimientos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas (nacionales y extranjeros).

Publicar en ciertos medios puede ser una estrategia muy rentable, sobre todo a la hora de vender un producto, hay un sinfín de medios en los cuales podemos hacer uso a la hora de promocionar un negocio y ejercer los diferentes medios de comunicación y hacer llegar la información (anonimo, 2001) por ejemplo:

- ✓ **Red social como Facebook** (Creada por Mark Zuckerberg estudiante de la Universidad de Harvard.) La idea de crear una red social en que los usuario compartiera sus gustos, y a la vez darle publicidad a su negocio fácil, rápido, y gratis.
- ✓ **Tour operadora:** Son las que confeccionan los programas y los paquetes turísticos y los ofrecen a las agencia minoristas.
- ✓ **Anuncios en (Radio, Tv):** Es un medio audiovisual masivo, que permite a los publicitas desplegar toda su creatividad por que pueden combinar imagen, sonido, y movimiento.

- ✓ **Revistas:** La revista es un tipo de publicación, por lo común semanal, que ha de atraer al lector.
- ✓ **Brochure:** abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de brochure debe ser diseñado de manera diferente. El brochure desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora.

## 5.6 Descripción de la propuesta

### Red social Facebook

Se establecerá una cuenta en Facebook en la que se detallara con una breve descripción del municipio de Estelí (posición geográfica, clima, límites etc.) se publicara en esta página las MIPYMES turísticas de artesanías con datos generales como (fotos de cada uno de los establecimientos, el tipo de artesanía que ofrecen, propietario, dirección, teléfono.).

Al igual que las noticias más recientes como feria en las que participen, y se aceptaran opiniones de los lectores como: inquietudes y sugerencias para mejorar la página.

### Tour Operadoras

Crear alianzas con las Tour operadoras ya que ejercen influencias directas con los turistas dado que estas ofrecen un sin número de paquetes turísticos, en la que también pueden incluir una visita a las MIPYMES turísticas de artesanías para poder observar el proceso y elaboración de esta, para ofrecerle al turista más que una visita a reservas o conocer la vida nocturna de la ciudad de Estelí, brindarle también el conocimiento de nuestra artesanía y artesano.

Con el apoyo de las Tour operadoras se pretende incentivar a los dueños de negocios de artesanías a que se involucren, con el objetivo de insertarse a la cadena de comercialización turística. Para que puedan expandir sus artesanías y

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

se den a conocer más las MIPYMES turísticas de artesanías del casco urbano del municipio de Estelí.

### Anuncio (Radio y TV)

Con la utilización de estos medios se pretende hacer alianzas con las radios para promocionar las MIPYMES turísticas de artesanías haciéndoles un llamado a la población en general de la existencia de estos lugares y visitarlos para crear la conciencia de consumir lo nuestro.

A la vez hacer entrevistas, a los propietarios de cada uno de estos establecimientos y presentarlos por medios de pequeños documentales que serán transmitidos por los canales de televisión como (Tele Norte, católico San José, Tv Estelí) y de esta manera llegar a todos los hogares, niveles sociales que conozcan más de la existencia de estas MIPYMES turísticas de artesanías.

### Revistas

Las revistas son otros de los medios más utilizados estas educan, Entretienen e informa al lector, se hará un acuerdo con la revista “El Estiliano” en el que se diseñara un artículo el que llevara por título Las MIPYMES turísticas del casco urbano del municipio de Estelí, con el objetivo principal es que se den a conocer estos establecimientos incentivar a los lectores a consumir lo nuestro. Ala ves se hará contacto con las demás revistas fuera de la ciudad de Estelí, con el mismo objetivo de expandir la existencia de estos establecimientos.

### Brochure

Estos son otros medios no menos importantes ya que estos llegan también a cumplir con la función de informar de manera clara y muy específica a cerca de un tema determinado, en este caso se publicaran brochure el que contaran con la información apropiada (Nombres de los que elaboran las diferentes tipos de artesanías así como: Dirección, Teléfono y que tipo de artesanía que elaboran)

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

de las MIPYMES turísticas de artesanía en las que se distribuirán en el Instituto Nicaragüense de turismo (INTUR), agencias de viajes y tour operadora.

Determinamos que los medios de publicación es una herramienta efectiva a la hora de promocionar un negocio, es por eso que sugerimos que los dueños de los establecimientos de artesanía se organicen y tomen en cuenta esta propuesta y así tengan un mejor desarrollo.

## **VI.CONCLUSIONES**

Teniendo en cuenta los objetivos planteados al terminar el estudio se concluye:

La propuesta de promoción turística es una estrategia que fortalecerá la oferta de la artesanía del casco urbano del municipio de Estelí, a través del diseño de promoción estructurado que incluye los medios de comunicación más utilizada por la sociedad. El cual se pretende llamar la atención y a la vez impactar al cliente al que estamos dirigiendo dicha promoción.

La utilización de los medios de publicidad mencionados en nuestra propuesta, dará como resultado que estas micro empresas de artesanías se den a conocer, aumentando así la demanda de sus productos y las utilidades deseadas

Existen factores que le impiden a los dueños de artesanías el realizar la publicidad de sus establecimientos, son los altos costos de promoción y las bajas ventas las cuales se convierte en el principal reto que los microempresarios de la ciudad de Estelí deben enfrentar y tratar de vencer



## VII. RECOMENDACIONES

En el municipio de Estelí es importante destacar aquellas recomendaciones que están orientadas a las instituciones del estado, que tienen la competencia de velar por el desarrollo de las MIPYME, para que apoyen en la apertura de mercados y puedan colocar sus productos.

1. Creación de políticas en beneficios de las MIPYMES de artesanía para su mayor desarrollo.
2. Que tengan una mejor organización para que todas las MIPYMES tengan apoyo por parte de las instituciones.
3. Que los dueños de artesanía busquen estrategias de motivación personal para mejorar la calidad de sus productos.
4. Asistir a capacitaciones brindadas por diferentes entidades que promuevan el uso de promoción para el desarrollo de la misma.
5. La capacitación y el acceso a la página Web son recomendaciones consideradas de gran importancia por los artesanos, porque les facilitan establecer contactos para la promoción y comercialización de sus productos, aunque son el INPYME y los programas de desarrollo los llamados a poner en marcha este tipo de acciones para apoyar el desarrollo de este sector.
6. Promover la celebración de convenios con tour operadoras o guías turísticos para que los turistas, que visitan la localidad por medio de ellos, puedan recorrer el municipio y todas puedan tener la oportunidad de comercializar sus productos.

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

7. No se puede dejar al margen la eminente necesidad del mejoramiento de la infraestructura de los talleres. Las casas son habitaciones y, a la vez, lugares de trabajo y esto limita las condiciones de vida de las familias.
  
8. También esto limita la presentación o exhibición de sus productos para promocionarlos e incrementar sus ventas. Se requiere un proyecto que contribuya a mejorar estas condiciones de infraestructura para que exista un lugar específico para las labores del taller.

## VIII. BIBLIOGRAFIA

- Domingo frixione. (20 de marzo de 2010). MIPYME con gran potencial para desarrollar nicaragua. *el nuevo diario*, pág. 4.
- JOSE DE FERRARI. (23 de octubre de 2010). MIPYME . *diario libre*, págs. 9-10.
- MIFIC. (2008). *Diagnostico de las micro pequeñas y mediana epresas (MIPYME)* . Managua.
- (Marbel Gamboa N, Horfa Lopez, 2010) Estudio sobre el sector artesanía con enfoque de género.
- Importancia De Las Pymes En Nicaragua. Abril -15- 2010.
- Ley de promoción, fomento y desarrollo de las Micro Pequeña y Mediana Empresa. (Ley MIPYME) 645.
- Jose de Ferrari. (2010). Artesania para el turismo y por que la importamos. managua.
- Anonimo. (2001). La importancia de los medios de comunicación. Pag 2 Elementos indispensables a la hora de convencer, atraer y entretener

# ANEXOS

**Anexo 1.** Fotos de algunas de los productos que ofertan los diferentes establecimientos de artesanías.



**Papel reciclaje “Mujeres Ambientalistas”**



**Artesanía de barro “Guarda Barranco**



**Manualidades “Creaciones Linda”**



**Artesanía de barro “Fiona Jens”**



**Artesanía de madera**



Anexo 2.

**Establecimientos de artesanía en el casco urbano del municipio de Estelí.**

<b>Nombre y apellido</b>	<b>Tipo de artesanía</b>	<b>Dirección</b>	<b>Nombre del local</b>	<b>teléfono</b>
<b>Leonel Martínez</b>	Barro	Contiguo al poso de ENACAL.	Guarda barranco	2713-81-16
<b>Silvia Rugama</b>	Camba	Costado sur este del instituto reino de Suecia 20 vrs al sur	Creaciones lindas	8671-59-84
<b>Erick Arroliga</b>	Madera	Del portalito cuadra y media al oeste	No tiene	
<b>Mujeres ambientalistas</b>	Papel reciclado	Del mercado Alfredo lazo 5c al oeste	Mujeres ambientalistas	8836-59-43
<b>Coop. Christine King</b>	Barro	Del Puente de las Chanillas 100 mts al norte	Cooperativa chistine king	2713- 71-66
<b>Modesto Adali Aguilar</b>	Piedra marmolina	Del auto lote del norte 7c al este.	Artesanía Limay	
<b>Socorro Barrera Juárez</b>	Manualidades (Bisutería en madera, hilo, semillas etc.)	Contiguo a la Casa de Cultura	Taller de Artesanía	8430-42-64
<b>Félix Pedro Cruz</b>	Madera	Del Pollo Estrella 1 Cuadra al Norte	No tiene	No tiene
<b>Esteiling López</b>	Madera, Barro	De semáforos de ENABAS 1c al este , ½ al sur	No tiene	No tiene
<b>Juan Carlos</b>	Tusa ( pinturas en cuadros)	Casa cultura	No tiene	No tiene

**Anexo 3.**

**LEY DE PROMOCIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (LEY MIPYME) LEY No. 645 EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE NICARAGUA**

A sus habitantes, Sabed:

Que,

Que en este contexto es necesario establecer el marco legal de promoción y fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, que contribuya a promover el desarrollo empresarial de las MIPYME y el desarrollo económico nacional a través del fomento y creación de nuevas empresas de este sector, en un contexto competitivo nacional e internacional, con una dinámica propia capaz de generar oportunidades de empleo estable, mejorar el nivel de vida de los nicaragüenses y la incursión de nuevos mercados que contribuyan a la riqueza nacional.

**Capítulo I**

**Objeto, Naturaleza, Finalidad, Ámbito de Aplicación y Definiciones**

**Artículo 1.- Objeto de la Ley**

El objeto de la presente Ley es fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país.

**Art. 2.- Naturaleza de la Ley**

Esta Ley es de orden público e interés económico y social. Su ámbito de aplicación es nacional. Así mismo, establece el marco legal de promoción y

fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, denominadas también MIPYME, normando políticas de alcance general.

### **El Órgano Rector y sus Funciones**

#### **Art. 7.- Órgano Rector. Instancia Ejecutora**

El órgano rector de esta Ley es el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) y la instancia ejecutora de las políticas, el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (INPYME).

#### **Art. 8.- Funciones del Órgano Rector**

Además de sus atribuciones propias consignadas en la Ley No. 290, “Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo” y su Reglamento, el MIFIC tendrá las siguientes funciones:

1. Evaluar y regular los programas, normas y políticas de promoción y fomento de las MIPYME, dentro del marco de su competencia, con énfasis en la aplicación de soluciones referidas a los obstáculos más relevantes en su desarrollo. Así mismo, dar seguimiento a dichos programas
2. Establecer la coordinación con las instituciones del sector público y privado, para desarrollar la efectividad de los programas de fomento y desarrollo de las MIPYME;
3. Organizar los sectores productivos en correspondencia con la estrategia institucional del MIFIC que incluya la conformación de las comisiones sectoriales como instancia de consulta y concertación

Apoyar a las MIPYME ubicadas en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de empresas y empresarios rurales, propiciando la agregación de valor a la actividad económica del agro;



4. El MIFIC, será el órgano encargado de fomentar la organización de los Consejos Regionales y Departamentales MIPYME, la integración y funcionalidad de éstos y todo aquello que conduzcan a fortalecer y desarrollar a las MIPYME de acuerdo a esta Ley, deberá ser establecido en el Reglamento de la presente Ley;
5. Formular políticas para la creación de empresas con presencia de jóvenes, mujeres, personas de la tercera edad y personas con capacidades diferentes.

## **Capítulo II**

### **Creación del Consejo Nacional MIPYME y Otros Órganos de Coordinación**

#### **Art. 10.- Creación del Consejo Nacional MIPYME**

Se crea el Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME), como una instancia de consulta, concertación y consenso entre el Gobierno Central, los Gobiernos Municipales, los Gobiernos de las Regiones Autónomas y el sector gremial de la MIPYME, para determinar las prioridades nacionales, que son expresadas en políticas, programas y acciones dirigidas a la promoción y al fomento del sector.

El CONAMIPYME estará integrado por representantes de las siguientes instituciones:

1. El MIFIC, que funcionará como Coordinador de este Consejo;
2. El Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (INPYME), quien fungirá como secretario de dicho Consejo;
3. El Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR);
4. El Instituto Nacional Tecnológico (INATEC);
5. La Financiera Nicaragüense de Inversiones (FNI);

El Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR);

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

9. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP);
10. El Instituto Nicaragüense de la Juventud (INJUVE); y
11. Un representante de las siguientes Organizaciones:
  - a. Cámara Nacional de la Mediana, Pequeña Industria y Artesanía (CONAPI);
  - b. Confederación de Cámaras de Comercio de Nicaragua
  - c. Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONIMIPYME);
  - d. Consejo Superior de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (COSUMIPYME);
  - e. Cámara Nicaragüense de Pequeños y Medianos Empresarios Turísticos (CANTUR);
  - f. Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (CANATUR);

Cada una de estas organizaciones deberá tener su Personalidad Jurídica vigente y solvencia fiscal de conformidad con la ley.

Podrán participar cuando las circunstancias lo requieran y en calidad de invitados por el CONAMIPYME, los representantes de otras entidades públicas o privadas con competencia directa en el desarrollo de las MIPYME

### **PROGRAMAS, ACCIONES DE PROMOCIÓN Y FOMENTO A LAS MIPYME**

#### **Programa Nacional Multi-Anual de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PROMIPYME)**

##### **Art. 14.- Creación del PROMIPYME**

Se crea el Programa Nacional Multi-anual de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PROMIPYME), dirigido por el Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC), en coordinación con todos los sectores públicos y privados involucrados en las actividades de las MIPYME.

**Art. 15.- Propósito del PROMIPYME**

El PROMIPYME es un programa permanente e integral de desarrollo a las MIPYME nicaragüenses, cuyo propósito es elevar y consolidar la competitividad, así como integrar en igualdad de condiciones, en el mercado nacional e internacional, a las MIPYME.

**Art. 16.- Fondo de Financiamiento para el Fomento y Promoción**

Se crea el Fondo de Financiamiento del PROMIPYME, el que está dirigido a promover y mejorar la capacidad de gestión y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas nicaragüenses con el objetivo de financiar los componentes, acciones y actividades derivadas del Programa. Este fondo estará integrado por recursos provenientes del Presupuesto General de la República y de fuentes de financiamiento alternas y complementarias vinculadas a la cooperación internacional y sector privado.

**Capítulo III**

**Acceso Financiero a las MIPYME**

**Art. 23.- Acceso Financiero**

El Estado, a través del órgano rector de la presente Ley, promoverá el acceso al crédito y a otras fuentes de capital, por medio de la creación de instrumentos financieros y bancarios, de sistemas de garantías, fideicomisos, descuentos y reducción de riesgos, que sean orientados a las micro, pequeña y mediana empresa, de acuerdo con las leyes que rigen la materia.

**Art. 24.- Servicios Financieros**

El Estado a través del órgano rector de la presente Ley en coordinación con el sistema bancario nacional, promoverá de manera integral el financiamiento, diversificando, descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales en beneficio de las MIPYME,

garantizando la democratización del crédito y así facilitar el acceso del mismo a los empresarios de MIPYME. La Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, debe normar todo lo concerniente a la creación del crédito a las MIPYME.

## **TÍTULO V**

### **Capítulo Único**

#### **Promoción de Incentivos**

##### **Art. 31.- Incentivos**

La presente Ley determina como prioridad, la promoción de incentivos para las micros, pequeñas y medianas empresas, ante las autoridades competentes del Estado, conforme los siguientes criterios:

1. Por la generación de nuevos empleos, que incluya a mujeres, a personas de tercera edad, a personas con discapacidades o capacidades diferentes y a jóvenes rehabilitados socialmente.
2. Por la reinversión de capital provenientes de utilidades.
3. Por la instalación de nuevas industrias de las MIPYME en parques industriales o de reinstalación de empresas de cualquier sector en municipios en situación de pobreza.
4. Por la exportación de productos que integren, al menos, el cincuenta por ciento de materia prima o insumos nacionales.
5. Por la incorporación de alto componente de valor agregado nacional.

6. Por la implementación de medidas de protección al medio ambiente, la biodiversidad y el uso de tecnologías limpias.
7. Por la producción de productos y servicios que sustituyan los importados; y
8. Que sean artesanos que promuevan la cultura nicaragüense

Para fines de obtención de los incentivos existentes y los que en un futuro se establezcan, se adoptará una normativa uniforme con procedimiento expedito para la obtención de incentivos fiscales y arancelarios, así como un procedimiento para la devolución o reembolso de impuestos, cuando la Ley así lo determine

### **3.4 ANALISIS.**

Las MIPYMES constituyen un factor clave para el desarrollo social y económico del país, con su aporte significativo en la generación de empleos tanto en el área urbana como rural. Sin duda, el sector de las MIPYMES debe recibir especial atención, dado su potencial para generar empleos y crecimiento económico, ya que estas presentan muchas debilidades como: dificultad en expandir sus productos, dificultad o escasez en la obtención de materia prima, falta de financiamiento, competitividad, intereses muy altos. Etc.

De acuerdo con la ley 645, promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

Nos hablan de los requisitos que debe tener toda persona que quiera establecer su negocio debe cumplir con ciertos requisitos que presenta estas leyes como:

- 1) Un formulario de inscripción con la debida información General del proyecto que da razón a la solicitud.
- 2) Las cédulas de identificación personal y/o jurídica con respecto al solicitante.
- 3) La documentación completa del proyecto.

## Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí.

Nombres y apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad personal o del pasaporte, número del Registro Único del Contribuyente (RUC), domicilio, teléfono

3) Monto de la inversión.

4) Número de empleos que proyecta generar.

5) Lista de los documentos sometidos con el Formulario y que forman parte de la solicitud.

Para entrar y pertenecer en el Registro, las personas deberán demostrar que se dedican exclusivamente o principalmente al oficio artesanal u otros que les corresponde y que cumplen con el Reglamento, con la venta o reventa de artesanías nacionales hechas a mano, cuyo precio unitario de venta no sobrepasa los trescientos dólares (US \$ 300.00) o su equivalente en moneda nacional,

Con la condición de que inviertan un mínimo de Treinta mil dólares (US \$ 30, 000. 00) o su equivalente en moneda nacional en las instalaciones, incluyendo valor del terreno y edificación, gastos para mejoras a la propiedad y para la compra del inventario inicial de artesanías, o su equivalente en moneda nacional para la creación de comercios exclusivamente dedicados a la venta de dichas artesanías.

