



## Informe de Monografía para Optar al título académico de Licenciatura en Economía Gerencial:

---

Estrategias Económicas para el  
aumento de los ingresos por venta  
de Artesanías de Barro (Jarrones) de  
la zona I de San Juan de Oriente.  
2020

### Autores:

- Tony A. Treminio Mendoza, Br.
- Julieth V. Peralta, Br.

### Tutor:

- Juan Herrera, Lic.

Managua, Noviembre 2020



## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>II. ANTECEDENTES.....</b>	<b>9</b>
<b>III. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>IV. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>13</b>
<b>V. OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
<b>Objetivo General. ....</b>	<b>14</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>14</b>
<b>VI. HIPÓTESIS.....</b>	<b>15</b>
<b>VII. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>16</b>
<b>7.1 Fuentes primarias.....</b>	<b>16</b>
<b>7.2 Fuentes Secundaria.....</b>	<b>16</b>
<b>7.3 Teoría relacionada al sector y tema de estudio.....</b>	<b>17</b>
<b>VIII. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>23</b>
<b>IX. TIPO DE ESTUDIO.....</b>	<b>24</b>

<b>X.</b>	<b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL</b> .....	25
10.1	Análisis de la situación externa .....	25
10.2	Análisis de la situación Interna .....	29
10.3	FODA.....	34
<b>XI.</b>	<b>CAPÍTULO 1: LAS ARTESANIAS DE SAN JUAN DE ORIENTE</b> .....	37
11.1	Población .....	37
11.2	Descripción del producto (Jarrones).....	38
11.3	Proceso de elaboración.....	39
11.4	Actividad artesanal de la zona.....	44
11.5	Familias artesanas de Jarrones. ....	45
11.6	Usos de tecnología en proceso productivo. ....	47
<b>XII.</b>	<b>CAPÍTULO 2: NIVELES DE INGRESO DE LAS FAMILIAS ARTESANAS DE LA ZONA DE SAN JUAN DE ORIENTE</b> .....	48
12.1	Ingresos promedio la población de la zona san juan de oriente.....	48
12.2	Ingreso per cápita estimado de la zona San juan de oriente. ....	49
12.3	Ingresos estimados por ventas de artesanías (Jarrones).....	50
<b>XIII.</b>	<b>CAPÍTULO 3: COSTOS DE PRODUCCIÓN</b> .....	51
13.1	Costos fijos estimados.....	53
13.2	Costos variables estimados. ....	54
13.3	Costo promedio del producto. ....	56

13.4	Precio de venta promedio.....	56
XIV.	<b>CAPÍTULO 4: ESTRATEGIAS DE VENTA PARA INCREMENTAR LOS NIVELES DE INGRESOS.....</b>	<b>58</b>
14.1	Estrategias de ventas para incrementar los niveles de ingresos.....	58
14.2	Análisis de resultados .....	62
XV.	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>65</b>
XVI.	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>68</b>
XVII.	<b>PALABRAS CLAVES .....</b>	<b>70</b>
XVIII.	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>73</b>
XIX.	<b>ANEXOS.....</b>	<b>74</b>
19.	<b>Instrumentos.....</b>	<b>74</b>

## **AGRADECIMIENTO.**

Primeramente, agradecemos a Dios por darnos fortaleza a lo largo de nuestra carrera, por guiarnos en nuestras decisiones y nunca dejarnos solos. Dios quién ha sido nuestra roca durante toda nuestra vida y quién nos ha permitido llegar hasta este punto.

A nuestros padres; por ser ese pilar y siempre estar presente en cada dificultad. Fueron ellos quienes se esforzaron por darnos buena educación y brindarnos su apoyo en todo momento.

A nuestro tutor, Juan Herrera quién con sus conocimientos, su seguimiento y su paciencia a lo largo de este difícil camino, hizo posible que esta investigación se llevara a cabo con éxito.

A nuestros amigos quiénes hicieron de este proceso más fácil y siempre estuvieron ahí para escucharnos y aconsejarnos en todo momento. Por motivarnos a ser mejores personas y por darnos su apoyo para lograr esta meta.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente se vive un mundo cada vez más globalizado, donde existe una variedad de oportunidades de negocio, personas con diferentes capacidades y habilidades, diferentes culturas, recursos naturales y cada país tiene su propia forma de manejo de sus recursos y de su economía. Bajo este contexto, el comercio internacional juega un rol importante puesto que si hay estancamiento en el mercado local los pequeños artesanos pueden beneficiarse explorando nuevos mercados y acceder a una cartera de clientes más amplia, reduciendo dependencia del mercado local, a través de las exportaciones.

En Nicaragua existen artesanos avocados a una amplia variedad, tales como, madera, tela, cuero, barro, mármol y productos del mar que son comprados por turistas nacionales e internacionales.

San Juan de Oriente es conocido como la cuna de artesanías o la villa de las artesanías, ya que en cada casa de por medio hay un taller donde se elaboran cerámicas de barro. El proceso de las artesanías en Nicaragua, es una transmisión de conocimientos de generación en generación.

El 90% de la población del municipio de San Juan de Oriente se dedica a la elaboración de la artesanía tanto precolombina, utilitarias, y creaciones libres el otro 10% de la población ha logrado alcanzar una profesión. Aunque tienen conocimiento del trabajo de sus familiares deciden tener otros ingresos económicos para sus familias ya que en tiempo de poca producción pasan por crisis económicas, de igual forma los jóvenes viajan a sus centros de estudios y universidades, colegios para tener un mejor futuro y más oportunidades de trabajo muchas veces el trabajo de sus

familiares no les llama mucho la atención y deciden cambiar para en un futuro dedicarse a otras labores.

Particularmente el acceso es fácil, por el lugar circulan los buses que vienen desde distintas partes como de Managua, Masaya, Carazo esto permite el acceso a la comunidad sea rápido y con mayor seguridad así las personas pueden observar una gran variedad de diseños y si el público lo prefiere dar una demostración del proceso de elaboración de la artesanía es por eso que hay talleres artesanales donde comparten esa bonita experiencia con los visitantes y las personas que visitan el lugar.

Lo que distingue a este municipio son sus diversos talleres artesanales en lo que hay una activa y diversa producción de atractivas piezas de barro y cerámica en todo el casco urbano del pueblo de San Juan de Oriente los colores son vivos tonos sobrios que hacen ver a la comunidad alegre y pintoresca.

El presente documento Propone estrategias económicas para el aumento de los ingresos por venta de Artesanías de Barro (jarrones) de la zona I de San Juan de Oriente 2020.

El documento se delimita de la siguiente manera: en el apartado IV, V y VI se presentan el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación y la hipótesis respectivamente. A continuación, en la parte VII el diseño metodológico que incluye fuentes de información, teoría económica relacionada al tema y marco legal.

Los apartados VIII y IX las etapas y el tipo de estudio, el apartado X expone el análisis de la situación actual mediante un FODA.

Las secciones XI, XII, XIII y XIV explica cada uno de los capítulos: En el capítulo 1 describimos el proceso de producción y el uso tecnología para la fabricación de los jarrones;

seguido en el capítulo dos especificamos los Niveles de ingresos de las familias artesanas de la zona San Juan de oriente; luego en el capítulo tres se encuentran los costos de producción de los artesanos para la creación de sus productos; en el capítulo cuatro se ubican las estrategias de ventas para incrementar los niveles de ingresos de los artesanos, análisis de los resultados obtenidos y finalmente se generan conclusiones y recomendaciones basadas en los objetivos planteados.

El desarrollo de este estudio se inició con la obtención de información a través entrevistas personales a los dueños de talleres de artesanías y encuestas dirigidas a las personas que comercializan, utilizadas como método de recopilación de información primaria.

Como información secundaria se recopilaron varios documentos actualizados encontrados en la web, publicados por entidades de turismo de Nicaragua y medios de comunicación nacionales. Dicha información fue utilizada para realizar el diagnóstico del sector que dio como resultado estrategias puntuales y sus respectivos planes de acción para llevarse a cabo.



## II. ANTECEDENTES.

Las diferentes investigaciones y estudios que se han elaborado acerca del tema de la artesanía en diferentes partes del país, es de gran ayuda para tener evidencias y fuentes de información importante de las distintas comunidades y que nos han ayudado a tener un conocimiento mejor sobre el trabajo investigativo. Se ha localizado con énfasis antropológico en relación con otros estudios sobre la artesanía como es el caso de Guatemala a nivel internacional.

La artesanía de Guatemala es la expresión más genuina de sus habitantes originales y gran soporte del sustento de las comunidades. Las artesanías tradicionales mesoamericanas empezaron a incorporar las técnicas y diseño europeos sin perder su carácter netamente indígena.

La variedad de artesanía es impresionante y se destaca su muestra en los mercados artesanales en donde se exponen artesanía de varias comunidades otros aportes de la artesanía tradicionales exponen ahí mismo muchos artesanos de otros países que vienen a vender sus excelentes joyas de cerámica bisutería entre otras.

La producción artesanal de Guatemala puede encontrarse prácticamente en todo el país, la artesanía guatemalteca es cada vez más reconocida a nivel mundial ya que le ha proporcionado una buena aceptación en el Mercado.

Por lo tanto, en Nicaragua la artesanía es el encuentro y mezcla de una diversidad de pueblos que constituyó para Nicaragua una herencia importante, e hizo nacer una cultura pintoresca, alegre y creativa. Aunque estas manifestaciones culturales son poco conocidas a nivel mundial, su variedad y colorido pueden garantizar un interesante descubrimiento para sus espectadores.

Nicaragua es bien conocida por sus atractivos y diversas actividades culturales, en ricas en fuertes tradiciones, religión, herencias indígenas combinadas con la influencia de los conquistadores y culturas autóctonas típicas de cada zona dentro del país.

De hecho, Nicaragua, Panamá y Guatemala. México son los países que mejor han conservado su herencia indígena, la cual es símbolo de orgullo nacional, a diferencia de otros países que más bien han tratado de ocultar la influencia indígena y en cuyos límites, los indígenas viven en condiciones muy mala.

De igual manera en Bolivia existen muchos artesanos que se dedican a la elaboración de diferentes objetos hechos a manos y que son muy aceptados en los mercados por la diversidad de diseños característicos de cada país, comunidad, o pueblo.

Hay que destacar la artesanía Bolivariana que se denomina así a la actividad independiente de tipo artesanal que incluye la producción de obras utilitarias y de arte populares caracterizada principalmente por la aplicación de técnicas sencillas y en su mayoría tradicionales (Saballos, 2002).

El trabajo artesanal de diferentes partes del país son diseños distintos, pero todo son hechos a mano que son características de las artesanías en cualquier parte de donde se elaboren siempre van a tener un contenido histórico tanto del lugar de origen como del artesano que es el principal protagonista de las piezas.

A nivel local (Sevilla, 2008) han elaborado investigaciones acerca de la artesanía tanto en el municipio como en diferentes partes del país como es en el caso del estudio de mercado que se realizó en la Universidad Nacional Agraria sobre un estudio de mercado acerca de la comercialización de la artesanía en distintos municipios de nuestro país.

### III. JUSTIFICACIÓN.

San Juan de Oriente es un municipio atractivo para las personas que visitan el lugar por sus diversos y atractivos diseños hechos de barro.

En la presente investigación se pretende analizar si las estrategias económicas que se utilizan ayudan a aumentar los ingresos por venta de artesanías de Barro (jarrones) de la zona I de San Juan de Oriente 2020.

La artesanía en barro es la principal fuente de empleo de los artesanos del municipio; en este laboran tanto hombres como mujeres los hombres por lo general se encuentran el área donde se procesa el barro en el molino y el amasado del barro ya que suele ser un poco pesado, pero eso no quiere decir que las mujeres no lo hagan ya que las circunstancias obligan a hacerlo.

Esta artesanía es elaborada con las propias manos de artesanos y artesanas de San Juan de Oriente, ya que las hace ser únicas y creativas para la vista del comprador. El municipio es muy visitado y reconocido por las personas que vienen de otro lugar o los mismos nicaragüenses que buscan algo nuevo y creativo para sus hogares.

Hay variedad de artesanía y está en dependencia de la creatividad de cada persona, muchas de estas artesanías son réplicas de otros artesanos que han elaborado distintas piezas de barro como la artesanía precolombina, que son réplicas de nuestros antepasados y que estas personas mantienen viva esa herencia histórica a través de estas piezas hechas de barro por artesanos de San Juan de Oriente.

Hay que destacar que la artesanía no solo implica la elaboración de barro sino, todo aquello que se puede elaborar con las manos siempre y cuando no se implementen herramientas industriales, ya que su trabajo pierde ese valor histórico de cada pieza.

#### IV. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

##### **Planteamiento del Problema**

La venta de artesanía es una actividad de gran importancia para las familias dedicado a la producción artesanal, con profundas implicaciones en los incrementos de los costos de producción que ha venido a reducir en los últimos años el ingreso de las familias dedicada a esta actividad.

Dentro de la actividad artesanal existen diferentes tipos de artesanos con diversos productos terminados y con tendencias, motivacional diferentes para la comercialización para nacionales y extranjeros, en muchos de los casos es un punto de atracción o un atractivo para los visitantes y una actividad económica para las personas que hacen y comercializan cualquier tipo de artesanía.

En este trabajo destaca que las artesanías no van dirigidas a un sector en particular ya que están al alcance de todo el público y que el éxito para la venta de las artesanías se deriva de diferentes factores como: presentación, calidad, precio, innovación, etc., así mismo se comenta que la mayoría de los compradores entrevistados compran artesanías, pero que la actividad artesanal se ve en riesgo por la competencia de productos de la región centroamericana e inclusive chinos de mala calidad.

Nuestro planteamiento del problema es: Analizar ¿Qué estrategias económicas vendrían a incrementar los ingresos por venta de artesanías de Barro (jarrones) de la zona I de San Juan de Oriente 2020?

## V. OBJETIVOS

### **Objetivo General.**

- Proponer estrategias económicas para el aumento de los ingresos por venta de Artesanías de Barro (jarrones) de la zona I de San Juan de Oriente 2020.

### **Objetivos Específicos.**

- Describir el proceso de producción y decoración que utilizan los artesanos de la zona I de San Juan de Oriente 2020.
- Estimar los niveles de ingresos y costos de la producción de artesanía de la zona I de San Juan de Oriente 2020.
- Sugerir a nivel de detalle estrategias económicas que contribuyan al incremento de los ingresos por venta de artesanías de la zona I de San Juan de Oriente 2020.

## **VI. HIPÓTESIS**

Los artesanos de esta zona no utilizan estrategias económicas que les permita un mayor desarrollo de sus talleres y así incrementar sus niveles de ingreso para sus familias, es por eso que nuestra investigación se fundamenta en proponer estrategias económicas que contribuyan al incremento de los ingresos por venta de artesanías de la zona I de San Juan de Oriente 2020.

Las nuevas estrategias económicas ayudan a los productores de la región San Juan de Oriente zona #1 a incrementar sus ingresos por venta de artesanías?

## VII. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación es cualitativa, descriptiva, porque los datos cuantitativos no son lo suficientemente fiables como para hacer un análisis económico cuantitativo, por ejemplo, de tipo contable, financiero, etc., ya que la mayoría de los productores no brindan información acerca de sus ingresos y además se analizó la problemática de ventas de artesanía de la zona urbana y se utilizó el tipo cualitativa para los dueños de establecimiento artesanales utilizando la técnica de entrevista personal.

Para esta investigación se usaron de dos tipos de fuentes de información:

### 7.1 Fuentes primarias

- Entrevista a Dueños de los talleres que producen las artesanías de jarras
- Encuestas a dueños de establecimientos que comercializan artesanías de jarrones.

### 7.2 Fuentes Secundaria

- Tesis monográficas
- planes de negocios todo relacionado a la artesanía
- internet.



### **7.3 Teoría relacionada al sector y tema de estudio.**

#### **Teoría de la Producción y los costos.**

Elegimos esta teoría porque tiene bastante relación con nuestro tema, debido a que el sector de artesanías de san juan de oriente en la elaboración de los diferentes productos utiliza un proceso productivo y cumple con los principios que regulan la actividad económica.

La teoría de la producción analiza la forma en que el productor dado "el estado del arte o la tecnología, combina varios insumos para producir una cantidad estipulada en una forma económicamente eficiente".

Toda sociedad tiene que organizar de algún modo el proceso productivo para resolver adecuadamente los problemas económicos fundamentales. Pero independientemente de la organización que se adopte, hay ciertos principios económicos universales que rigen el proceso productivo. La producción de los bienes y servicios puede estar en manos del Estado, como en el sistema comunista; o en manos de la empresa privada, como en el sistema capitalista.

Pero en ambos casos la actividad productiva está condicionada por ciertas leyes o principios generales que tiene que tomar en consideración el empresario si desea lograr el uso más eficaz de los recursos económicos a su disposición; es decir, lograr la máxima producción con el máximo de economía, bajo cualquier tipo de organización socio-económica.

## **Los principios que regulan la actividad económica son:**

### **Principio de la Escasez.**

El concepto escasez es aplicable a aquellas cosas que son útiles. El economista considera útiles a todas aquellas cosas que tienen la capacidad de satisfacer necesidades humanas, y también abarca dos dimensiones: de un lado la cantidad de cosas útiles a nuestra disposición, y que llamaremos recursos o medios; y del otro lado, las necesidades que estas cosas están dispuestas a satisfacer, es decir el concepto escasez se refiere a una determinada relación entre los medios (recursos económicos) y los fines (las necesidades).

Dados los medios a nuestra disposición y los fines a conseguirse, habrá un problema de escasez, y por ende un problema económico cuando se reúnan las siguientes condiciones:

Los medios o recursos económicos son susceptibles de diferentes usos y aplicaciones. Por ejemplo, el carbón de piedra nos sirve puesto que puede utilizarse para diferentes fines: transportación, calefacción y otros fines industriales.

b) Los fines son múltiples y de importancia variada para el hombre. La diversidad de fines con diferentes grados de importancia plantea inmediatamente el problema de decidir que fines lograr primero.

c) Y, finalmente, dados los medios, la consecución de ciertos fines implica siempre la renuncia de otros.

Ley de los Rendimientos Decrecientes.

La ley de rendimientos decrecientes (o ley de proporciones variables), describe las limitaciones al crecimiento de la producción cuando, bajo determinadas técnicas de producción aplicamos cantidades variables de un factor o una cantidad fija de los demás factores de la producción. El principio de los rendimientos decrecientes, puede expresarse en los siguientes términos:

"Dadas las técnicas de producción, si a una unidad fija de un factor de producción le vamos añadiendo unidades adicionales del factor variable, la producción total tenderá a aumentar a un ritmo acelerado en una primera fase, a un ritmo más lento después hasta llegar a un punto de máxima producción, y, de ahí en adelante la producción tenderá a reducirse".

En primer término, la ley de rendimientos decrecientes presupone unas técnicas de producción constantes.

En segundo término, la ley de los rendimientos decrecientes presupone que se mantengan fijas las unidades de ciertos factores de la producción, y que sólo varíen las unidades utilizadas de uno de los factores.

### **Principio de Eficacia Económica.**

Un empresario tratará siempre de combinar los factores de producción en aquella forma que le permita producir con el máximo de eficacia económica. La combinación más eficaz de los factores de producción será siempre aquella que le permita producir al más bajo costo posible por unidad.

Existen dos situaciones bajo las cuales el empresario tiene necesariamente que desenvolverse teniendo en mente este concepto de eficacia económica:

Cuando el empresario varío uno de los factores de producción (mientras mantiene fijas los demás) para lograr el nivel de producción que más le convenga.

Cuando, estando obligado a un monto fijo en la producción varia todos los factores para lograr ese determinado nivel de producción.

En el primer caso, el nivel de producción de máxima eficacia se conoce como el nivel de producción óptima.

En el segundo caso la combinación más eficaz de los factores se conoce como la combinación de costo mínimo.

## **Marco Legal**

El plenario de la Asamblea Nacional en el año 2015, aprobó la Ley 893 que declara el 18 de noviembre como el Día Nacional del Artesano y la Artesana.

La asamblea nacional de la república de Nicaragua

Considerando

Que el artículo 127 de la Constitución Política de la República de Nicaragua, establece que la creación artística y cultural es libre e irrestricta y que el Estado procurará facilitar los medios necesarios para crear y difundir las obras, promover el "Día Nacional de los Artesanos y de las Artesanas" es un incentivo para muchos hombres y mujeres que trabajan en este rubro.

Que es importante para el Estado de Nicaragua y la sociedad hacer un reconocimiento a la noble labor que hacen los artesanos y el aporte a la cultura declarando un día para brindarle honores ya que Nicaragua posee dentro de la región Centroamericana, una de la más grande y exitosa variedad de artesanías, cada departamento y región autónoma del país se caracteriza por algún estilo, material, diseño, técnica, que es representativa de alguna ciudad o pueblo.

Ley n°. 893

Ley que declara el 18 de noviembre, "día nacional de los artesanos y de las artesanas"

Artículo 1 Objeto de la ley

Se declara el 18 de noviembre, "Día Nacional de los Artesanos y de las Artesanas", en conmemoración de la noble labor que realizan los artesanos y las artesanas, aportando a la cultura y a la economía de Nicaragua.

Artículo 2 Promoción y divulgación

El Ministerio del Trabajo promoverá en los talleres de artesanías en conmemoración del artesano la realización de jornadas y charlas del tema de higiene y seguridad ocupacional de conformidad con las normativas existentes.

#### Artículo 3 Realización de Ferias y otras actividades

En conmemoración del artesano y de la artesana se realizarán ferias y otras actividades organizadas por el Instituto Nicaragüense de Cultura, en conjunto con otras Instancias del Estado y el sector artesanal para incentivar esta labor.

#### Artículo 4 Promoción de los medios de comunicación social

Los distintos medios de comunicación como parte de su función social promoverán la celebración del "Día Nacional de los Artesanos y de las Artesanas", con el fin de dar a conocer esta importante actividad en la sociedad nicaragüense.

#### Artículo 5 Vigencia y publicación

La presente Ley entrará en vigencia a partir de su publicación por cualquier medio escrito de comunicación social, sin perjuicio de su posterior publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

Dada en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional de la República de Nicaragua, a los catorce días del mes de enero del año dos mil quince. Licda. Iris Montenegro Blandón, Presidenta por la Ley de la Asamblea Nacional. Licda. Alba Palacios Benavidez, Secretaria de la Asamblea Nacional.

Por tanto. Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese. Managua, dieciséis de enero del año dos mil quince. Daniel Ortega Saavedra, Presidente de la República de Nicaragua.

## **VIII. ETAPAS DE INVESTIGACIÓN.**

### **Revisión documental**

En esta etapa de investigación se realizó la recolección de la información sobre el tema. Para soportar algunos conceptos, se elaboró un diseño metodológico de investigación donde se puede encontrar de manera más clara la información, así como las referencias bibliográficas de diversos autores consultados.

### **Elaboración de instrumentos**

Se aplicó una encuesta dirigida a los propietarios de los talleres de casco urbano de San Juan de Oriente, para recolectar la información y de esta manera cumplir con los objetivos e indicadores de la investigación.

### **Trabajo de campo**

Para la realización de esta investigación primeramente acudimos visitar a todos los dueños de talleres seleccionados del casco urbano de San Juan de Oriente.

## **IX. TIPO DE ESTUDIO.**

El universo del estudio serán todos los talleres de la zona urbana de San Juan de Oriente. La entrevista se le aplicó a nuestra muestra seleccionada a conveniencia que corresponden a 7 talleres de artesanía de jarras, el procedimiento seleccionado se debe a la oportunidad de recabar información disponible en los distintos talleres. Los resultados fueron analizados de la siguiente manera, Se dividieron los productores mediante 3 tipos: Subsistencia, Tradicionales, Competitivos. Se analizaron cada uno de ellos y se realizó un análisis FODA.



## **X. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

### **10.1 Análisis de la situación externa**

#### **Entorno económico**

Nicaragua es el segundo país de Latinoamérica después de Haití en ser pobre. En medio de la pobreza mantuvo un buen ritmo de crecimiento de 4.6 y 4.7 % en 2016-2017, respectivamente. Pero, debido a los disturbios sociales y políticos que el país ha experimentado desde abril 2018 la economía se contrajo un 3.8% en 2018.

En San Juan de oriente, departamento de Masaya, se practica como principal actividad económica la elaboración y comercialización de artesanías de barro decorativa y utilitaria. El sector artesanal representa el 65% de la población económicamente activa ocupada en este pequeño poblado. Este dato muestra claramente la importancia de esta actividad ya que es el principal motor de la economía de este municipio.

El sector de artesanía se ha visto afectado de manera negativa debido a que el turismo en los dos últimos años en nuestro país ha disminuido, lo cual no ha permitido que se impulse el incremento de las ventas en los pequeños talleres de los artesanos.

Por otro lado, el crecimiento económico del que se habla aún no ha sido percibido por los artesanos de San Juan de oriente. Económicamente hablando no reciben ningún apoyo del gobierno ni otras organizaciones no gubernamentales. Los productores de artesanías a través de las

entrevistas que realizamos, explicaban que la mayoría de estos talleres trabajan por cuenta propia, invierten de la misma utilidad que obtienen. Solamente uno de los artesanos recibe financiamiento y apoyo del MEFCCA.

Los bancos y entidades financieras están dispuestos a hacer los préstamos, pero las tasas las tasas de interés son muy altas y corren muchos riesgos de perder sus negocios y propiedades, ya que las ventas no son muy altas ni constantes y es por esto que los artesanos prefieren no correr el riesgo.

Sin embargo a finales del año 2007 entro en vigencia la ley creadora del banco de fomento a la producción (produzcamos), que tiene como uno de sus principales objetivos fomentar, promover, financiar y diversificar las actividades agrícolas, producción agrícola, pecuaria, pesquera, forestal, artesanal, industrial y agroindustrial con énfasis en la seguridad alimentaria y producción exportable, así como financiar inversiones de bienes de capital y de formación de capacidades, que conduzcan a una mayor productividad y diversificación de los productores, artesanos, cooperativas, empresas agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales.

Esto podría representar una oportunidad de satisfacer la necesidad de financiamiento de los artesanos, ya que, a diferencia de otras entidades financieras, el banco produzcamos fue creado con el fin de ayudar con bajas tasas de interés a plazos razonables, a este tipo de sectores que no han conseguido desarrollar sus actividades por falta de apoyo económico.

### **Entorno socio-demográfico**

En los últimos diez años la población de San Juan de oriente ha pasado de 4597 a 6,300 habitantes, lo que significa que hay más personas dedicándose a la elaboración de artesanía de barro. Este crecimiento ha traído como consecuencia una competencia fuerte de precio entre los artesanos, ya que algunos elaboran piezas de menor calidad para venderla a un precio más accesible y por el contrario otros artesanos cuidan mucho la calidad sus piezas y es por eso que los precios son un poco elevados.

La artesanía es un producto de comercialización lenta, las ventas son bajas y varían de un día a otro. Según los artesanos hay días en los que no se vende ninguna pieza.

La artesanía es un producto de comercialización lenta, las ventas son bajas y

Varían de un día a otro. Según los artesanos hay días en los que no se vende ninguna pieza.

### **Entorno ecológico**

En los últimos años debido a la creciente preocupación medioambiental, se ha desarrollado la necesidad de dar soluciones más eco-agradables a todas las actividades productivas que se realicen. Aunque en la elaboración de artesanías no se utilicen maquinas industriales y las herramientas sean sencillas, hay una parte del proceso de elaboración de esta que contribuye a la contaminación del medio ambiente. Estamos hablando del proceso de horneado o quemado. Cada día se encienden más de 1000 hornos por más de 5 horas en este pequeño municipio. Lo que implica un gran daño al medio ambiente.

Existen algunas soluciones alternativas para disminuir el impacto ambiental, como usar brozas de café o arroz en lugar de carbón o leña, pero el problema radica en que para conseguir este tipo de materia los artesanos tendrían que incurrir en gastos de transporte y traslado, algo que no resulta rentable para ellos.

Es importante señalar que por el momento no existe ninguna presión de carácter social o política para emplear métodos más eco-gradables en el proceso de elaboración de artesanías, pero no hay que descartar la posibilidad de que suceda en un futuro cercano.

### **Entorno político**

El entorno político en Nicaragua, durante muchos años ha sido agitado y conflictivo. Es muy importante señalar que en los últimos años nuestro país ha tenido inestabilidad política. Sin embargo, es justo destacar algunos aspectos positivos entre los cuales se encuentra que el gobierno ha puesto mucho empeño en vender NICARAGUA a otros países como destino turístico, y han desarrollado estrategias de marketing y de posicionamiento para lograrlo.

## **Entorno cultural**

Sin duda alguna existe una amplia diversidad cultural en el país, cada región del país tiene costumbres y tradiciones diferentes que se celebran con gran entusiasmo. Sin embargo, en los últimos años debido a la globalización y el acceso a los medios de comunicación, se ha perdido el interés por las obras artesanales típicas de Nicaragua. En la actualidad las personas (en su mayoría jóvenes) prefieren adquirir productos industriales de marcas reconocidas en lugar de adquirir algún producto elaborado de manera artesanal.

Podrá parecer algo contradictorio, pero son las personas del extranjero las que aprecian más las artesanías elaboradas en nuestro país. Es por esto que el instituto nicaragüense de cultura y la dirección de promoción del arte, han desarrollado un programa de apoyo a la promoción de los valores nacionales dentro de los cuales se encuentran actividades que tienen como objetivo que los jóvenes conozcan más sobre el proceso de elaboración de artesanías, su historia y su importancia.

## **10.2 Análisis de la situación Interna**

### **Producto**

La artesanía que se realiza en el municipio de San Juan de Oriente se caracteriza por ser de la mejor calidad. Estas piezas pueden tomar distintas formas entre las que se encuentran las artesanías Pre-Colombinas, las piezas ecológicas, las piezas geométricas, cerámica utilitaria y las de libre creación de los artesanos. Lo que hace único este producto es el proceso tan elaborado que conlleva hacer cada una de estas piezas, lo que garantiza la calidad y duración del producto.

Para que una pieza esté terminada pueden pasar hasta tres semanas dependiendo del tamaño y el diseño.

A diferencia de las artesanías elaboradas en otros países, en San Juan De Oriente se utilizan materiales de decoración y pintura que garantizan el color y brillo de la pieza de por vida, el secreto está en uno de los procesos de elaboración que consiste en pintar primero las piezas con óxido de zinc que es una base de pintura blanca, antes de meterlas al horno, esto hace que la pintura de adhiera mejor y no se corra ni se manche.

### **Precio**

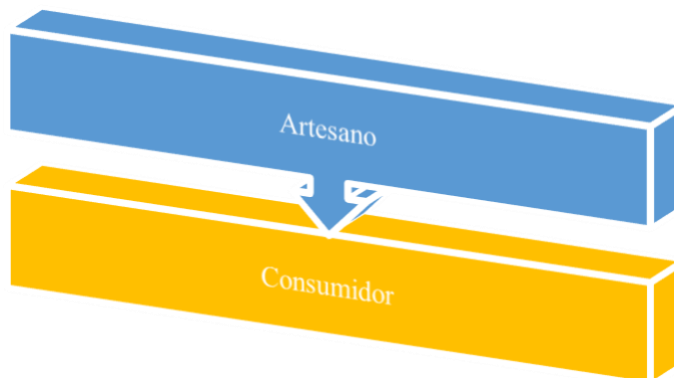
El precio de cada pieza está en dependencia de los insumos utilizados, dependerá del tamaño y del diseño del producto, los artesanos al fijar el precio del producto incluyen un porcentaje de ganancia que permiten al artesano cubrir sus gastos y sustentar sus necesidades. Así como negociar el precio si el cliente solicita un descuento.

Para el comprador nicaragüense el precio que tienen estas piezas puede resultar un poco alto, ya que el poder adquisitivo promedio es bajo y la mayoría desconoce el precio de los insumos y el proceso de elaboración del producto. Por el contrario, los compradores extranjeros aprecian más este tipo de artesanía y consideran que es un precio justo el que pagan y en muchos casos piensan que es bajo comparado con el de otros países.

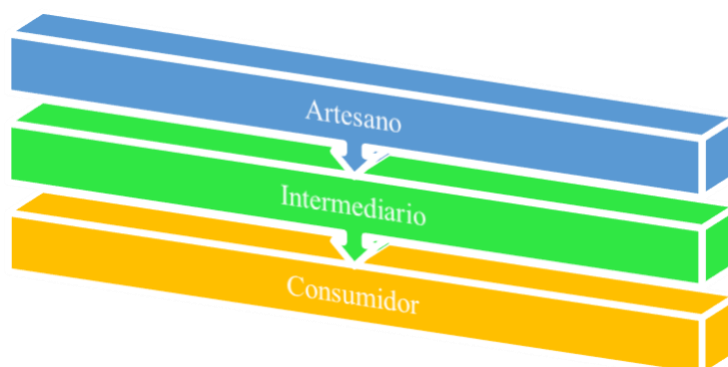
## Plaza

Las vías de comercialización por las cuales pasan los productos en el proceso de transferencia son las ventas directas entre el productor y el consumidor final. Al igual que el uso del intermediario que es para que el producto esté disponible en los mercados metas a través de sus contactos y sus experiencias, los intermediarios por lo general ofrecen más productos al público y son mejores pagado a un intermediario que al artesano que la elabora ya que por lo general el intermediario pide rebaja y se los venden a precio mayoritario para que él pueda tener también ganancias económicas.

### Vías de comercialización.



Dentro de lo que es el artesano consumidor se da de una manera directa ya que las personas llegan al lugar donde se elaboran las piezas y ven la variedad de diseños y deciden comprar la pieza ya que hay un precio real de la artesanía en los talleres y pueden darle un toque original a la pieza de barro si el consumidor lo prefiere.



El segundo aspecto, es más complicado porque para llegar a manos del consumidor primero tienen que pasar por el productor que en este caso es el artesano quien elabora las piezas el intermediario quien es el que le compra al artesano para revender la pieza en otro lugar y sacar mejores ganancias económicas y el consumidor el que compra en pequeñas cantidades y lo utiliza para adorno del hogar o para un regalo de amigos o familiares cercanos.

### **Promoción**

En cuanto al impulso publicitario que se le da al lugar, se realizan ferias y exhibiciones, nacionales e internacionales, con el fin de dar a conocer el producto, sin embargo, muchas veces los artesanos no pueden asistir a estas exposiciones por falta de fondos para transportar sus productos de un lado a otro, ya que a ellos les corresponde cargar con todos los gastos.

También por parte de la municipalidad local se realizan certámenes donde son premiados los primeros lugares, estos se realizan con el patrocinio de algunas empresas privadas, bancos e instituciones como el INTUR y el MANFUT.



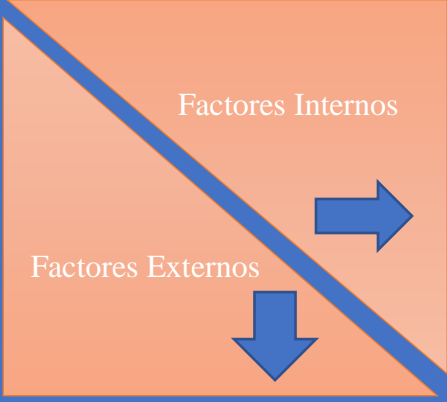
Es importante destacar la existencia de una página web elaborada por el MANFUT dedicada a los artesanos de San Juan de Oriente, donde estos cuentan con un espacio en el que pueden promocionar sus piezas, así como poner su dirección y número de teléfono para que puedan ser localizados. Este es un excelente método para darse a conocer ya que hoy en día la mayoría de las personas tiene acceso a internet, además que no tiene ningún costo para los artesanos. Sin embargo, se puede observar que son pocos los que han decidido publicitarse por ese medio.

A pesar de todos los esfuerzos que se han hecho para desarrollar el sector, este presenta varios aspectos críticos, entre los que se encuentran:

- Falta de financiamiento.
- Falta de organización y comunicación entre los artesanos.
- Poco conocimiento sobre técnicas de ventas y de mercado.
- La producción es muy baja.
- Existe poca coordinación entre las autoridades locales que no cuentan con un plan de desarrollo estratégico local.

### 10.3 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piezas originales elaboradas a mano.</li> <li>• Único lugar donde se realiza artesanía de alta calidad.</li> <li>• Es un producto con una gran riqueza histórica y cultural.</li> <li>• Bajos costos de producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de organización entre artesanos.</li> <li>• Problemas para movilizar sus productos de un lado a otro.</li> <li>• Alta competitividad de precios.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma de convenio de alianza regional de artesanos.</li> <li>• Ferias de exposiciones nacionales.</li> <li>• Capacitaciones para mejorar técnicas y calidad</li> <li>• Acceso al financiamiento que ofrece banco produzcamos con bajas tasas de interés.</li> <li>• Crecimiento de turistas externo e interno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en los pecios de la materia prima.</li> <li>• Falta de ayuda financiera</li> <li>• Inestabilidad política</li> <li>• Influencia de medios por adquirir productos industriales en lugar de artesanales.</li> <li>• Artesanías de otros países.</li> </ul>

	<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Piezas originales elaboradas a mano.</li> <li>• Único lugar donde se realiza artesanía de alta calidad.</li> <li>• Es un producto con una gran riqueza histórica y cultural.</li> <li>• Bajos costos de producción.</li> </ul>	<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de organización entre artesanos.</li> <li>• Problemas para movilizar sus productos de un lado a otro.</li> <li>• Alta competitividad de precios.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma de convenio de alianza regional de artesanos.</li> <li>• Ferias de exposiciones nacionales.</li> <li>• Acceso al financiamiento que ofrece banco produzcamos con bajas tasas de interés.</li> <li>• Crecimiento de turistas externo e interno.</li> </ul>	<b>FO (max-max)</b> <p>Aumentar la notoriedad del producto, conseguir que este sea visto como el lugar donde se realiza la mejor artesanía de barro a nivel centroamericano a través de ferias locas lo que permitirá la exhibición de sus productos.</p> <p>Promover la celebración de convenios con tour operadoras o guía turísticas para que los turistas que visitan la localidad por medio de ellos puedan recorrer el pueblo y que todos puedan tener la oportunidad de comercializar sus productos.</p> <p>Hacer una alianza con la red de artesanos de Nicaragua para fortalecer el trabajo de apoyo para los artesanos y artesanías de este sector.</p>	<b>DO (min-max)</b> <p>Organizar un grupo de artesanos que representen al sector de artesanías de San de Oriente.</p> <p>Implementar una campaña publicitaria y hacer énfasis en las ventas personales para dar a conocer el valor del producto, sus utilidades y atraer más intermediarios.</p> <p>Realizar alianzas con turoperadoras y agencias de viajes.</p>

<b>AMENAZAS</b>	FA (max-min)	DA (min-min)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en los precios de la materia prima.</li> <li>• Falta de ayuda financiera.</li> <li>• Inestabilidad política.</li> <li>• Influencia de medios por adquirir productos industriales en lugar de artesanales.</li> <li>• Artesanías de otros países.</li> </ul>	<p>Mejorar la comunicación interna con el fin de fortalecer el sector y lograr una unificación para obtener financiamiento con bajas tasas de interés ya que es necesaria para que los artesanos puedan participar en exposiciones a nivel nacional, de esta manera dar a conocer sus productos y aumentar sus ventas.</p>	<p>Es necesario que los artesanos unan fuerzas para que puedan exponer sus problemas y necesidades para que con ayuda de las entidades Gubernamentales pertinentes, se logre dar un impulso económico al sector, compitiendo con artesanías de otros países y lograr un posicionamiento como la artesanía de barro de mejor calidad a nivel centroamericano.</p>

## **XI. CAPÍTULO 1: LAS ARTESANIAS DE SAN JUAN DE ORIENTE**

### **11.1 Población**

San Juan de Oriente cuenta con una extensión de 138 km<sup>2</sup>, limita al norte con Catarina, al sur con Diría, al este con la laguna de Apoyo y al oeste con Niquinohomo. El clima predominante es de sabana tropical, semi húmedo.

Su población, según el censo de población del año 2005 del INIDE, es de 6.300 habitantes, 3,250 en el área urbana y 3,050 en el área rural.

El casco urbano cuenta con servicios de electricidad, agua potable, telefonía convencional, telefonía móvil. El área rural cuenta con servicios de electricidad, agua potable y telefonía celular, sin embargo, los servicios de agua potable y telefonía son inestables. La comunidad cuenta con un gobierno municipal, encargado de organizar y dirigir las actividades municipales.

San Juan de Oriente goza de uno de los baluartes más importantes en la cultura de un pueblo: el arte. Desde sus inicios, el municipio se ha caracterizado por cultivar con gran distinción la artesanía. Es así que, desde las primeras hasta las más recientes generaciones, conocen pulcramente el proceso de elaboración de una pieza artesanal.

## 11.2 Descripción del producto (Jarrones)

El jarrón de barro trabajado en los talleres es utilizado para definir un envase, diseñado con apariencia de vaso alto, o jarra que cumple funciones decorativas. Los jarrones son elementos muy usuales dentro de la artesanía, sirviendo como adorno en los jardines, decoración de casas y en el interior de los salones.





### 11.3 Proceso de elaboración.

#### Preparando el barro

Todavía es muy común ver carretas haladas por bueyes llevando el barro en sacos de yutes del campo a la ciudad. Una vez el barro en el taller se procede a elaborar en trozos pequeños su preparación de remojado. Al siguiente día, cuando alcanza la suavidad deseada, lo mezclan con arena de arroyo, o de la que existe a la orilla de la playa. Una vez el barro tendido en el suelo, con la arena se comienza a mezclar con los pies por espacio de tres horas, hasta lograr que el barro reviente las burbujas de aire que contiene. Luego se procede a escoger manualmente las pequeñas raíces o piedras que este pueda contener. Una persona puede tardar hasta 16 horas en cada amasada. La segunda etapa del proceso, que también es con los pies, es conocida como remasado. El barro está listo para tornearse.

### **Torneado y Retorneado**

Dependiendo del tamaño y la forma que se tenga definida realizar, se elabora una pelota de barro. Una vez elaborada la forma y estilo de pieza se corta con un trozo de nylon y se pone a orear, y mientras esto sucede, el operador del torno sigue elaborando más barro. El torneado consiste en que la parte del cuello y la superficie de la boca tengan la resistencia deseada al invertir la posición. Para realizar el proceso de retorneado o mejor dicho, elaborar el espejuelo y el sentado de la pieza es necesario que el oreado esté finalizado.

Los que tornean bien, pueden tornear y retornear una pieza entre los 8 y 25 min dependiendo del tamaño del objeto.

### **Pulido**

Posteriormente esta pieza es alisada por la superficie exterior con propósito de detectar si todavía lleva piedritas o raíces para así poder recubrir cualquier orificio que pudieran incidir en el aspecto terminado de la pieza. Este proceso tiene una duración aproximadamente de 10 a 30 minutos dependiente de la cantidad de objetos extraños que se encuentren en la superficie.

### **Engobe o taguado**

Cuando la pieza es alisada o pulida se procede a recubrirla con tagüe de El Sauce, en el departamento de León, conocido popularmente por engobe o barro negro. El engobe es diluido con agua y se tamiza repetidamente en seda durante 2 o 3 días. Después de este proceso el barro es tan



fino que algunos dicen que puede usarse para una máscara facial. Se aplican varios baños de barro negro a cada pieza. Las piezas son puestas dentro de bolsas plásticas de 1 a 7 días para evitar que se resequen dependiendo de la estación, sea invierno o verano. Cuando están secas se realiza el proceso de pulido que es con una piedra del mar liso u otro trozo de material plástico con la superficie totalmente lisa

### **Óxido de zinc**

El siguiente recubrimiento es el óxido de zinc, color blanco hueso, que consiste en preparar la base para la aplicación de colores sobre la misma. Cada pieza se seca en una bolsa plástica por 2 horas (verano) y hasta diez horas en (invierno). Esta base también es pulida.

### **Diseño y Rayado**

El diseño consiste en dibujar a mano alzada y con lápiz de grafito sobre la pieza directamente o a veces copiando imágenes dibujadas en papel. Las líneas circulares de las piezas son pintadas alrededor de la misma usando el torno.

### **Decorado o pintado**

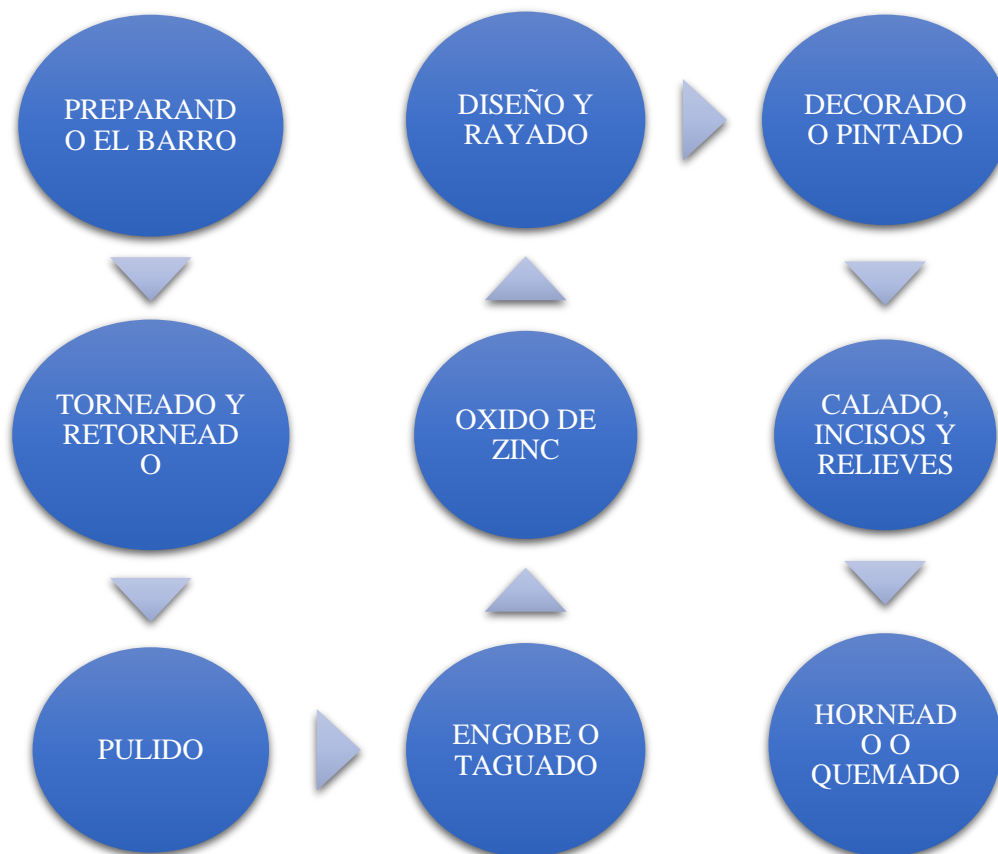
Consiste en aplicar los diferentes colores acordes al diseño. Todos estos son basándose en óxidos. Su aplicación se hace con pinceles innovados, a veces, usando el interior de un lápiz y cabellos de niños. Cada pieza tarda de 40 minutos a 4 horas o más, dependiendo del dibujo. Se van puliendo cada uno de los diferentes colores que se están aplicando para lograr un brillo que le refleja su rostro en la pieza. Se seca al aire libre por dos días (verano) o 6 días (invierno).

### **Calado, incisos y relieve**

Consiste en rayar la forma grabada y los trazos del dibujo. El relieve lleva su tiempo, teniendo que usar un colador para sacar solo el primer nivel del barro. El colador que se usa se construye de rayos de bicicletas inservibles o de varillas que usan los paraguas o sombrillas. A estos se le saca punta en una piedra de esmeril.

### **Horneado o quemado**

Los hornos son aún más artesanales, contruidos con ladrillos de barro y para sujetarlos en el momento de la construcción, se usa tierra negra porque esta contiene suficiente óxido de hierro y amarra con excelente precisión. El proceso de quemado de cada pieza tarda más o menos 2 horas a humo lento y 3 horas a humo recio, graduado con la experiencia obtenida en la práctica de la rutina. De igual manera se gradúa la llama para el mantenimiento de la temperatura que tarda de tres a cuatro horas, para un total de 8 a 9 horas en este proceso.

**Pasos para elaborar la artesanía.**

#### **11.4 Actividad artesanal de la zona.**

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.

La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial, ya que son artículos de producción limitada.

La identidad cultural de San Juan de Oriente se muestra en el trabajo laborioso de las personas que elaboran las bellas piezas artesanales que son reconocidas nacional e internacionalmente. No es posible hablar de este municipio sin hacer referencia al artesano, pues el perfil de la ciudad de San Juan de Oriente se expresa en los rasgos de un artesano.

Ligado estrechamente a una historia de producción artesanal alfarera, no por nada se le conoce como San Juan de los Platos, ya que en este poblado se realizaban los productos cerámicos más importantes de la región. Esta actividad destaca entre una diversidad de trabajos artesanales. El trabajo en barro, es el de mayor reconocimiento, la producción de tinajas, ollas, cazuelas, jarros, tazas, comales, platos y esculturas, así como piezas en miniaturas como pitos, animales diversos y ornamentos variados.

Hoy en día, el municipio de San Juan de Oriente basa su economía principalmente en la producción de artesanías, reconocidas internacionalmente por su calidad y originalidad, y por la

utilización de técnicas de alfarería ancestrales, como el moldeado y enrollado a mano, además del secado al sol y la cocción a través de la quema de madera y no en hornos.

Esta pequeña industria artesanal, representa un 80% del total de la población. El hecho de desarrollar interacción entre los talleres, artesanos y visitantes, representa uno de los mayores atractivos que el municipio a manera de turismo vivencial puede ofrecer, palpar las artesanías en plena confección, dentro de los talleres improvisados y tecnificados, es una gran experiencia para todo visitante del pueblo de San Juan de Oriente.

Este sector agrupa cerámica de barro, adornos de madera y hamacas. Es el sector que ocupa el segundo lugar en cuanto a concentración de empresas a nivel departamental, en donde el mayor número de ellas se ubican en el municipio de San Juan de Oriente con cerámica de barro y el municipio de Masaya lo que son las hamacas y adornos en madera. También se encuentra entre los que más exportaciones indirectas realizan ya que es un producto muy llamativo tanto para nacionales como para extranjeros además por estar Masaya en la ruta turística son muy visitados por turistas extranjeros. Cabe destacar que el principal mercado destino para sus exportaciones indirectas es Estados Unidos.

### **11.5 Familias artesanas de Jarrones.**

Las personas que atienden el taller o local son los mismas familias, ya que es un negocio familiar y que se turnan para atender y poner en funcionamiento el local y para que siempre se mantengan abiertos al público y los artesanos que no tienen un local ellos exponen sus piezas en su misma casa o venden las artesanía fuera del municipio, esto para tener ganancias y poder seguir

produciendo e incrementando sus productos las personas que no tienen un local venden las artesanías en la calle visitando las casas o los mercados esto para poder vender y sacar producción nueva.

Hay aproximadamente 12 tramos o locales bien abastecidos con artesanías, que no ofrecen solo el barro, sino que también hamacas y bisuterías como chapas pulseras collares que son compradas en otros lugares y que ellos mismos elaboran esto para tener variedad en sus negocios.

Lo que más se destacan en los locales son los jarrones grandes con un diseño de hermosas flores representando la naturaleza y también diseños de animales, de igual forma las campanitas colgantes que adornan todos los locales todos estos locales se diferencian por las plaquetas que ponen fuera de sus casas entre ellos están el taller hombre pez, estos nombres son de sus apellidos que más se destacan.

Estos locales donde las personas exponen la artesanía que elaboran son en las propias casas de donde habitan y utilizan una parte de la casa para exponer y una parte para la elaboración de la artesanía, esto se hace en el patio de sus casas siempre y cuando tengan las condiciones para que las piezas no se ensucien y se dañen.

### **11.6 Usos de tecnología en proceso productivo.**

En Nicaragua, la actividad procesadora del barro para la elaboración de artesanías decorativas y utilitarias se concentra mayormente en la zona del Pacífico y; es un proceso meramente artesanal sin uso de equipos y tecnología moderna y de carácter familiar.

## **XII. CAPÍTULO 2: NIVELES DE INGRESO DE LAS FAMILIAS ARTESANAS DE LA ZONA DE SAN JUAN DE ORIENTE.**

### **12.1 Ingresos promedio la población de la zona san juan de oriente.**

#### **Ingreso Promedio**

Es una medida de las ganancias que obtiene una empresa por la venta de sus productos servicios. Se calcula como el monto total de los ingresos dividido por el número de unidades vendidas.

El ingreso promedio de la población de san Juan de oriente que se dedican a la actividad artesanal va en dependencia de las temporadas en donde el turismo les favorece debido a la afluencia de muchas personas tanto nacionales como extranjeros que visitan este municipio y compran artesanías, las personas que entrevistamos nos comentaban que en Meses como Diciembre, Febrero, Abril y Mayo sus ventas aumentan en un 80%.

El número de unidades vendidas en meses buenos pueden estimarse entre 70 y 100 unidades. Mientras que en temporadas bajas las ventas en unidades varían entre 20 y 30, los jarrones tienen gran demanda y existen diferentes tamaños y estilos.



Ingreso promedio = Monto Total de Ingresos/ Número de unidades vendidas

Los ingresos promedio estimados están en 3 rangos:

- Tradicionales: 3500 Mensual / 70 unidades= **50**
- Subsistencia: 15,000 Mensual/ 80 unidades= **188**
- Competitivos comercial: 40,000 Mensual/ 100= **400**

## 12.2 Ingreso per cápita estimado de la zona San Juan de oriente.

### Ingreso Per cápita

Un indicador que consiste en el cálculo del ingreso de cada uno de los habitantes, de sus familias, empresas, organizaciones, etc., en relación con el ingreso nacional y por lo tanto con la calidad de vida y el nivel de consumo de dicha sociedad.

El ingreso estimado que reciben los habitantes de san Juan de oriente es el salario mínimo en la actividad económica Micro y pequeñas industrias artesanal y turística que equivale C\$ 4,605.42 y el número de habitantes de este municipio es de 6,300 personas.

Del total de los habitantes 6,300, la población económicamente activa es de un 65% lo que representa 4095 personas por el salario Mínimo C\$ 4,605.42 =

C\$ 18, 859,194.9

**Ingreso Per cápita= Ingreso habitantes san Juan de oriente/ Población Total san Juan de oriente.**

C\$ 18, 859,194.9/6300= C\$ 2,993.52 Mensuales

### **12.3 Ingresos estimados por ventas de artesanías (Jarrones).**

Los ingresos estimados por ventas en un 95% se obtienen de la actividad artesanal. De las personas entrevistadas de nuestra muestra dueños de talleres y comerciantes que trabajan en familias obtienen ingresos por ventas mensuales en 3 rangos:

Tradicional: C\$ 5,600

Subsistencia: C\$ 12,000

Competitivos: C\$ 24,000

Las familias artesanas de san Juan de oriente obtienen su principal fuente de ingreso a través de la actividad artesanal están en tres grupos: talleres tradicionales, subsistencia y competitivos este representa el ingreso promedio con respecto a las unidades vendidas mensualmente, detallamos el ingreso per cápita estimado de la población el cual representa C\$ 2,993.52 mensuales. Los ingresos estimados por ventas muchas veces varían de acuerdo a la temporada ya que hay meses en donde las ventas son bajas y también el turismo tiene bastante influencia

### XIII. CAPÍTULO 3: COSTOS DE PRODUCCIÓN.

**TABLA No. 1. COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE LOS DIFERENTES JARRONES.**

Costos de Producción.									
Producto	#To	UP	CFT	CVT	Costo Total	CFM	CVM	CTM	CMg
J. Pequeña	1	80	C\$ 290	C\$ 2,390	C\$ 2,680	C\$ 3.63	C\$ 29.88	C\$ 33.50	C\$ 33.09
J. Mediano	2	80	C\$ 290	C\$ 6,530	C\$ 6,820	C\$ 3.63	C\$ 81.63	C\$ 85.25	C\$ 84.20
J. Grande	3	80	C\$ 2290	C\$ 8,390	C\$ 10,680	C\$ 28.63	C\$ 104.88	C\$ 133.50	C\$ 131.85

Se observa que los artesanos en su proceso de producción experimentan una deseconomía de escala, puesto que los costos totales medios van en incremento.

El costo marginal nos muestra el costo de producir un jarrón adicional en sus diferentes tamaños.

**TABLA No. 2. BENEFICIO ECONOMICO**

Beneficio Económico.			
Producto	Ingreso Total	Coste Total	Utilidades o Beneficio
Jarrón Pequeño	C\$ 5,600	C\$ 2,680	C\$ 2,920
Jarrón Mediano	C\$ 12,000	C\$ 6,820	C\$ 5,180
Jarrón Grande	C\$ 24,000	C\$ 10,680	C\$ 13,320

Nos muestra la proporción que existe entre los ingresos totales menos los costos totales en el proceso productivo de las artesanías de barro, generando un beneficio positivo.

Ambas tablas reflejan una relación ya que aunque los costos totales medios van en incremento al producir más unidades de jarrones el costo marginal va disminuir y se obtiene un beneficio económico es positivo.

Las ganancias no son muy significativas, estas tienden a reducirse por el incremento de los costos fijos y variables, así como los insumos utilizados para la elaboración de los jarrones, agregando a esto la devaluación de la moneda y la inestabilidad política que ha amenazado con su estabilidad en el mercado.

Los pequeños productores deben de poner en práctica el cálculo de sus costos de producción para tener un mejor control de lo que invierten y lo que logran obtener de ganancia, deben de disminuir sus costos variables y buscar proveedores que les vendan los insumos más baratos.

Tienen que organizarse en cooperativas para que logren tener apoyo municipal y financiamiento de parte de los bancos esto va fortalecer estos pequeños emprendimientos para que expandan su negocio y tengan mejor capacidad para producir en grandes cantidades y mejores condiciones.

### 13.1 Costos fijos estimados.

#### Costo fijo

Son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos.

**TABLA No. 1. JARRONES PEQUEÑOS.**

Luz	C\$200
Agua	C\$90
Mantenimiento horno	-----
Mantenimiento Torno	-----
Total	C\$290

**TABLA No. 2. JARRONES MEDIANOS**

Luz	C\$200
Agua	C\$90
Total	C\$290

**TABLA No. 3. JARRONES GRANDES**

Luz	C\$200
Agua	C\$90
Alquiler de local para comercializar	C\$2000
Total	C\$2,290

### 13.2 Costos variables estimados.

#### Costo Variable

Son aquellos costos que varían de acuerdo con la producción que se desarrolla en una empresa u organización, es decir, con la cantidad de bienes o servicios que se estén produciendo.

El proceso de producción de artesanías tiene diferentes costos detallados a continuación.

**TABLA No. 1. JARRONES PEQUEÑOS**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Materia prima</b>		
4	Quintales de barro al mes	C\$ 800
<b>Costos indirectos de fabricación</b>		
1	Alquiler de torno para elaborar las piezas	C\$200
1	Alquiler de horno	C\$350
40	Rajas de leña valor C\$6	C\$240
2	Pinceles	C\$100
	Pinturas y óxido de zinc	C\$700
	<b>Total</b>	<b>C\$2,390</b>

Con esto se estima una producción de 80 jarrones pequeños Mensual, estos productores trabajan la mayoría de sus familiares es por eso que el valor de su mano de obra no es incluido.

**TABLA No. 2. JARRONES MEDIANOS**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Materia prima</b>		
6	Quintales de barro.	C\$1200
<b>Costos Indirectos de fabricación</b>		
1	Cuentan con horno propio.	C\$2500
1	Torno propio	C\$800
80	Rajas de leña valor C\$ 6	C\$480
3	Pinceles	C\$100
2	Brochas pequeñas.	C\$150
	Pinturas y óxido de zinc	C\$1000
<b>Mano de obra.</b>		
2	Trabajadores pago C\$150 día.	C\$300
<b>Total</b>		<b>C\$6,530</b>

Se estima una producción de 80 unidades de Jarrones Medianos.

**TABLA No. 3. JARRONES GRANDES**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Materia prima</b>		
10	Quintales de barro.	C\$2000
<b>Costos Indirectos de fabricación</b>		
1	Cuentan con horno propio.	C\$2500
1	Torno propio	C\$800
120	Rajas de leña valor C\$ 6	C\$720
3	Pinceles	C\$150
3	Brochas grandes	C\$270
	Pinturas	C\$1500
<b>Mano de obra.</b>		

3	Trabajadores pago C\$150 día.	C\$450
	<b>Total</b>	<b>C\$8,390</b>

Se estima una producción de 80 unidades de Jarrones Grandes.

### 13.3 Costo promedio del producto.

#### Costo Promedio

Se puede definir como el costo o gasto por unidad del total de una producción. Los costos promedio varían de acuerdo a la producción que estos artesanos realizan.

**Costo promedio= costos totales/unidades producidas.**

C\$ 2,680/80unidades= 33.5 Costo unitario de un Jarrón pequeño.

C\$ 6,820/80 unidades= 85.25 Costo unitario Jarrón mediano.

C\$ 10,680/80 unidades= 133.50 Costo unitario de un Jarrón grande.

### 13.4 Precio de venta promedio.

#### Precio de venta promedio

Es el precio al que el mercado tranza el valor de determinado bien. El precio de venta promedio reúne el conjunto de operaciones de compra-venta que se llevan a cabo en torno a determinado bien.



El método de utilidad Bruta es la forma tradicional en que los comerciantes calculan el precio de venta de un producto en tienda de retail o venta directa. También lo utilizan grandes empresas comerciales, como cadenas de supermercados, tiendas de línea blanca, ropa entre otros productos.

El primer paso es determinar el porcentaje de utilidad que se debe cargar al producto. Ese margen es sugerido por los mayoristas, por la costumbre, por el mercado en que está el negocio y por el tipo de producto. Luego se multiplica el costo de compra de ese producto por el porcentaje y el resultado se suma al producto.

El artesano por lo general fija sus precios de una forma tradicional, sin hacer cálculos, las personas que entrevistamos nos expresaban que los jarrones pequeños los vendían a un precio entre 50 y 100 córdobas, jarrones medianos entre 150 y 200 córdobas, jarrones grandes entre 300 y 500 córdobas. Es sobre este precio que los comerciantes aplican un porcentaje al producto. La mayoría de los encuestados nos explicaban que para el turista nacional el porcentaje era del 15% debido al poder adquisitivo mientras que para los turistas extranjeros entre un 30 y 50%.

Este capítulo refleja los diferentes costos estimados de producción en la elaboración de jarrones de barro, podemos resaltar que estos costos son bajos y estos artesanos no llevan un control exacto de sus costos lo hacen de manera tradicional. La mayoría de los pequeños productores no cuentan con Torno y Horno propio debido a la falta de financiamiento por tal motivo recurren al alquiler de estos. Entre los tamaños de jarrones están los pequeños, grandes y mediano detallando cada uno sus costos unitarios y precio promedio de venta que estos fijan para su comercialización.

#### **XIV. CAPÍTULO 4: ESTRATEGIAS DE VENTA PARA INCREMENTAR LOS NIVELES DE INGRESOS.**

##### **14.1 Estrategias de ventas para incrementar los niveles de ingresos.**

**Estrategia de venta:** Es el plan de acción que una empresa elabora con el fin de posicionar o vender su producto en el mercado.

Para implementar las estrategias de ventas que mejoren los niveles de ingresos, optamos primeramente por conocer algunos conceptos de estrategias de ventas para luego describir las formas de experimentarlas.

##### **Ventas online**

En la actualidad, empresas, organizaciones y personas emprendedoras tienen la opción de realizar un moderno tipo de venta denominado "venta online" (también conocido como venta en línea o venta en internet) con la finalidad de vender sus productos, servicios, ideas u otros, no solo en la ciudad o país donde residen, sino también, en otros países del mundo y además, durante las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

En términos generales, la venta online se puede definir como, la transferencia online de un producto, servicio, idea u otro a un comprador mediante el pago de un precio convenido.

### **Ventas a domicilio**

Las ventas domiciliarias o ventas a domicilio son aquellas ventas en las que la oferta se produce en domicilios privados, lugares de ocio o reunión, centros de trabajo y similares que no sean el establecimiento del vendedor, con presencia física de ambas partes.

### **Ventas minoristas.**

La venta o distribución al por menor (es decir, minorista) es la que se desarrolla de una empresa comercial al consumidor final. En la cadena de distribución, por lo tanto, es el último eslabón ya que el producto llega a su destino.

### **Venta mayorista**

Se denomina mayorista a un agente intermediario entre fabricantes o productores y empresas minoristas, cuya actividad económica se basa en la compra y venta de productos al por mayor a otras empresas mayoristas y minoristas.

### **Ventas Indirectas**

Las ventas indirectas, o la distribución indirecta de productos, son ventas a través de intermediarios. Son más características de las grandes organizaciones porque, para comprar los productos de una empresa en particular, el cliente tiene que ponerse en contacto con sus representantes de ventas oficiales. No hay contacto personal entre el vendedor y el comprador.

### **Ventas telefónicas**

Las ventas telefónicas y el telemarketing son un método extendido y eficiente para establecer contacto con prospectos y concretar ventas. Éste también es un método efectivo para vender productos nuevos o adicionales a los clientes existentes.

### **Ventas promocionales**

La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto.

Durante la crisis socioeconómica que sufrió el país, los artesanos de san juan de oriente tuvieron una gran caída en sus ventas lo que los llevo a realizar diferentes actividades que ayudaran a la sobrevivencia de sus talleres y familias. Tenían poca demanda de sus productos y los precios bajos para poder vender, algunos se dedicaban a rajar leña para comercializarla, la actividad agrícola fue otra fuente de sobrevivencia para estos productores y la venta de algunos alimentos en sus casas ya que estas familias su principal actividad económica dependía de la artesanía que vendían.

Mediante las entrevistas que realizamos logramos identificar que los artesanos no utilizan estrategias de ventas, su única forma de ventas es exponiendo sus productos en sus talleres o locales a las orillas de la carretera de forma directa o utilizando intermediarios con ventas

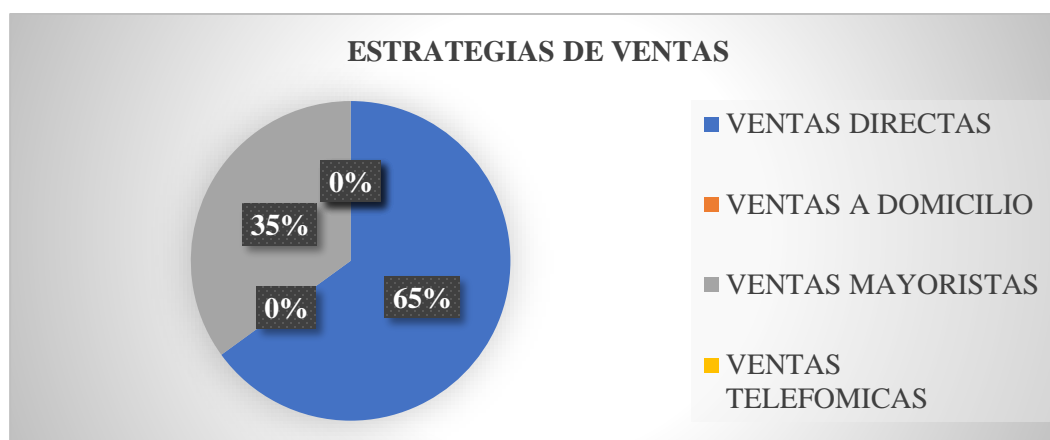
mayoristas, no cuentan con páginas web ósea que no hacen usos de Ventas online, otra deficiencia es que la mayoría dijo que no hacen promociones siendo esta una estrategia que ayudaría a aumentar las ventas. Además, desconocen sobre el uso de redes sociales ya que los dueños son personas mayores.

Los artesanos deben:

- Iniciar campañas publicitarias.
  - Anunciarse en revistas turísticas y específicas de decoración para el hogar.
  - Organizar festivales de artesanías y convocar a diferentes medios de comunicación para darse a conocer.
- Implementar nuevas técnicas de ventas.
  - Desarrollando un catálogo donde se muestre la variedad del producto y sus características, así como información de sus creadores.
  - Se requiere la realización de ferias locales y nacionales, las cuales permitan las exhibiciones de las artesanías a intermediarios, para que estos realicen sus pedidos a gran escala y; de esta manera los artesanos tengan mayor rentabilidad.

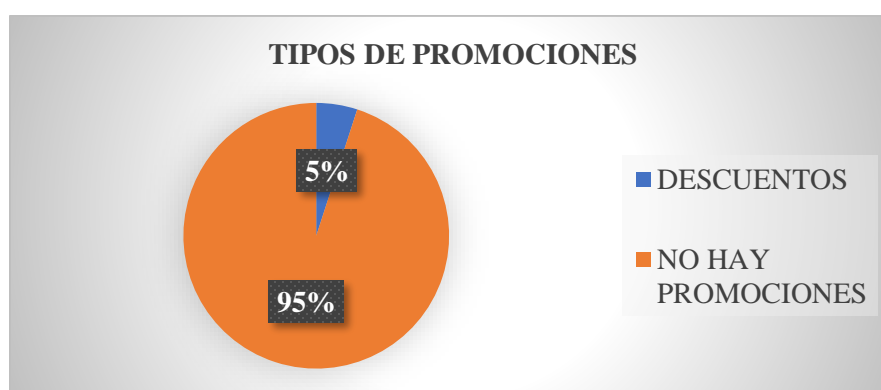
## 14.2 Análisis de resultados

**GRÁFICO No. 1. ESTRATEGIAS DE VENTAS**



En base a la pregunta 1.1 sobre que estrategias de ventas utilizan los artesanos, el 65% de los encuestados utilizan las ventas directas, el 35% utilizan ventas mayoristas correspondiendo a la minoría de los encuestados.

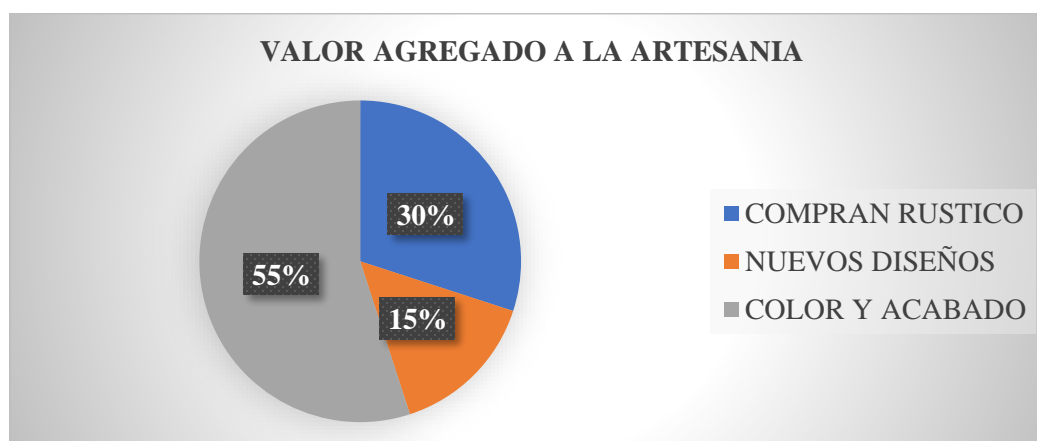
**GRÁFICO No. 2. TIPOS DE PROMOCIONES**



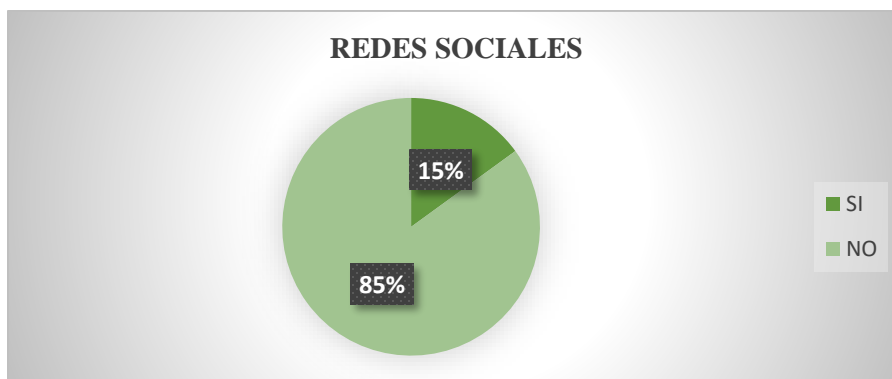
Con respecto a la pregunta 1.2 sobre que promociones implementan para atraer a sus clientes, El 95% de los encuestados no implementan promociones y el 5% realiza descuentos.

**GRÁFICO No. 3. ¿PARTICIPAN EN FERIAS?**

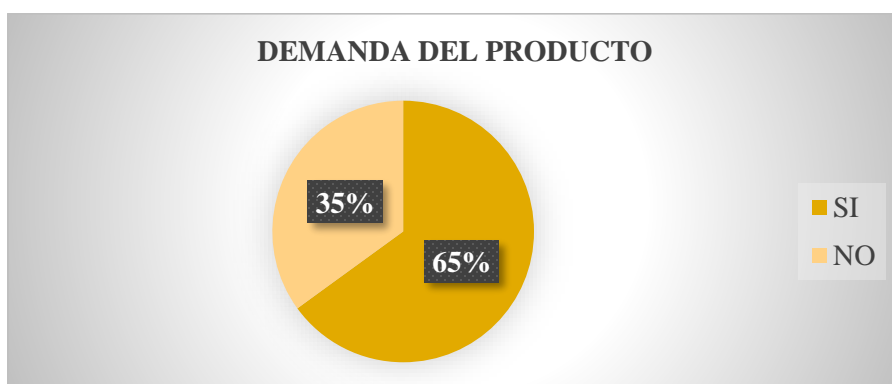
Mediante la pregunta 1.3 sobre si participan en ferias departamentales o municipales; El 60% de los encuestados aseguraron que no, el 40% asisten.

**GRÁFICO No. 4. VALOR AGREGADO A LA ARTESANIA**

Según la pregunta 1.4 el 15% de los comerciantes que compran los jarrones al artesano ofrecen nuevos diseños en los productos, normalmente el 55% los compran con color y acabado y el 30% rustico.

**GRÁFICO No. 4. ¿UTILIZAN REDES SOCIALES?**

De acuerdo a la pregunta 1.5 y 1.6 el 85% de los comerciantes no utilizan redes sociales para ofrecer sus productos, solo por encargos o de manera directa. Sin embargo creen que es necesario abrir una página web sobre su negocio para facilitar información y atraer clientes para generar más ingresos.

**GRÁFICO No. 5. DEMANDA DEL PRODUCTO**

Con respecto a la pregunta 1.7 el 65% de los comerciantes afirman que hay una alta demanda de sus productos, el 35% afirman que hay más demanda en temporadas como semana santa y diciembre.



## XV. CONCLUSIONES

El trabajo artesanal de San Juan de Oriente es una de las características más representativas de los habitantes de esta comunidad teniendo diferentes formas y técnicas de elaborar la artesanía, pero siempre teniendo herramientas artesanales que ellos mismos elaboran para mantener esas formas únicas y características de cada pieza.

Este municipio es pintoresco, alegre, y llamativo por la variedad de diseños que adornan las casas de los artesanos y vecinos que habitan además este municipio sirve como un lugar turístico para las personas que los visitan de otros países que prefieren conocer cosas nuevas además se encuentra cerca la laguna de apoyo muy visitada tanto personas nacionales como extranjeras.

Al realizar este trabajo tuvimos la oportunidad de poder convivir y conocer nuevas personas con culturas diferentes además conocer el trabajo al que ellos se dedican fue una experiencia única que nadie va poder sentir y decir de lo maravilloso que es convivir con estos artesanos de San Juan de Oriente son personas con espíritu de superación que aunque muchas veces no tienen los recursos necesario siempre siguen produciendo y trabajando para seguir manteniendo su forma de vida que desde mucho tiempo han tenido.

Por esta razón el sector de San Juan de Oriente tiene como principal problema la falta de ayuda financiera de parte del gobierno, la poca ayuda que reciben se basa en capacitaciones sobre técnicas para mejorar la elaboración de sus productos.

La mayoría de los talleres no cuentan con un registro contable y de control administrativo que les permita saber cuál es el costo de la producción, cuáles son las utilidades que se obtienen

anualmente lo que les permitiría hacer un análisis de la actividad económica si es rentable o no para seguir invirtiendo dándole así un sentido empresarial a su taller de producción. No existe normativa, requerimientos y procedimientos para el registro legal de estas unidades de producción, empresas o industrias.

Es un sector con mucho potencial, pero es necesario implementar nuevas estrategias de ventas, así como una organización entre los artesanos para que, con ayuda de las entidades gubernamentales pertinentes, se logre dar un impulso económico al sector, compitiendo con artesanías de otros países y lograr un posicionamiento como la artesanía de barro de mejor calidad a nivel centroamericano.

A través del cruce de variables en el análisis FODA logramos presentar estrategias de aprovechamiento y minimización de debilidades en este sector para que los productores logren un impacto positivo en sus ventas y obtengan mejores ingresos para la calidad de vida de sus familias.

Promover la celebración de convenios con tour operadoras o guías turísticas para que los turistas que visitan la localidad por medio de ellos puedan recorrer el pueblo y que todos puedan tener la oportunidad de comercializar sus productos.

Implementar campañas publicitarias y hacer énfasis en las ventas personales para dar a conocer el valor del producto, sus utilidades y atraer más intermediarios.

Hacer una alianza con la red de artesanos de Nicaragua para fortalecer el trabajo de apoyo para los artesanos y artesanas de este sector.

Mejorar la comunicación interna con el fin de fortalecer el sector y lograr una unificación para lograr una unificación y obtener financiamiento con bajas tasas de interés ya que es necesaria

para que los artesanos puedan participar en exposiciones a nivel nacional, de esta manera dar a conocer sus productos y aumentar sus ventas.

Las estrategias de venta tradicionales que han implementado los productores de san juan de Oriente, no han tenido gran impacto ya que estos artesanos no generan niveles de ingresos altos solamente para mantener la subsistencia de sus talleres lo que venden lo vuelven a invertir.

## **XVI. RECOMENDACIONES**

A través de la artesanía, los pueblos pueden identificarse, trasladar la técnica de generación en generación; sentirse representados al ver su producto en otros lugares fuera de su tierra de origen.

La artesanía como patrimonio cultural permite al artesano ser muy cuidadoso en heredar su conocimiento y pulir la habilidad en sus herederos, ya sean estos sus familias y los mismos trabajadores que acompañaron al experto en la tarea de producir.

Debemos proteger nuestro patrimonio cultural porque da identidad a los pueblos, expresa la capacidad que tiene cada artesano para crear y dar testimonio de nuestra manera de vivir, de reflejar nuestro espíritu de emprendimiento y sentirnos orgullosos de nuestra cultura que nos identifica.

Los artesanos de San Juan de Oriente deben aprovechar las distintas oportunidades que se representan para el desarrollo del sector. Entre estas se encuentran las diferentes estrategias.

- Las exposiciones que se realicen a nivel nacional para la venta de estos productos.
- A los artesanos, tener más propaganda a través de plegable pancartas y mantas publicitarias para las ventas en los mercados nacionales.
- Ventas online.
- Tener capacitación y acceso a las páginas web son recomendaciones consideradas de gran importancia por las personas por que les facilitaría establecer contacto para la promoción y comercialización de sus productos.
- Crear una página en las diferentes redes sociales ya sea Facebook, Instagram etc... y elaborar un catálogo donde se muestre la variedad del producto y sus características, así como información de sus creadores y números telefónicos.
- Ventas a domicilio.
- Se requiere la realización de ferias locales y nacionales, las cuales permitan las exhibiciones de las artesanías a intermediarios, para que estos realicen sus pedidos a gran escala y; de esta manera los artesanos tengan mayor rentabilidad.

- Otro aspecto a considerar la introducción de tecnología que ayuden a agilizar los procesos de producción entre ellos en lugar de usar torno de pedal introducir equipos eléctricos de mayor rigidez usando siempre la mano en el moldeado de la pieza para conservar el arte.
- También se debería de introducir un sistema de secado y extracción de humedad que garantice al artesano y artesana esto ayudaría a tener menos pérdidas en las piezas por el exceso de humedad sobre todo en tiempo de invierno esto ayudaría que el proceso sería más rápido. Investigar otras formas de quemado usando otros materiales de combustión que en lugar de leña que ya sabemos es muy dañino para la salud y que perjudica también al medio ambiente.

Es necesario implementar estas estrategias para lograr un crecimiento en estos talleres de artesanía, los productores deben plantear metas concretas que ayuden a tener un mejor posicionamiento, de la misma manera solucionar las barreras que los limitan para obtener un crédito financiero y así mejorar y ampliar sus productos para que puedan competir en un mercado globalizado.

## XVII. PALABRAS CLAVES

**Costos de producción:** Los costos de producción o costos de operación son la serie de gastos que involucra sostener un proyecto, equipo o empresa funcionando. Pueden provenir de distintas áreas, sea la compra de insumos o materia prima, el pago del consumo de energía, el salario de los trabajadores o el mantenimiento de los equipos.

**Costos fijos:** Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción.

**Ingreso promedio:** El ingreso promedio es una medida de los ingresos generados por cada usuario o unidad. El ingreso promedio por unidad permite el análisis de la generación de ingresos de la empresa y el crecimiento a nivel unitario, lo que puede ayudar a los inversores a identificar qué productos son altos o bajos generadores de ingresos.

**Ingreso per cápita:** El ingreso per cápita es una medida que sirve para tener referencia del bienestar de la población; el mismo deriva de la división del producto interno bruto con respecto de la cantidad de personas que habitan en el país o en la región.

**Estrategia de venta:** Consiste en un plan que posicione la marca de una empresa o producto para obtener una ventaja competitiva.

**Ventas online:** Se puede definir como, la transferencia online de un producto, servicio, idea u otro a un comprador mediante el pago de un precio convenido.

**Ventas a domicilio:** Las ventas a domicilio son las realizadas fuera de los establecimientos mercantiles, o en el centro de trabajo del consumidor, o en un medio de transporte público.

**Ventas minoristas.** La venta o distribución al por menor (es decir, minorista) es la que se desarrolla de una empresa comercial al consumidor final. En la cadena de distribución, por lo tanto, es el último eslabón ya que el producto llega a su destino.

**Venta mayorista:** Se denomina mayorista a un agente intermediario entre fabricantes o productores y empresas minoristas, cuya actividad económica se basa en la compra y venta de productos al por mayor a otras empresas mayoristas y minoristas.

**Ventas Indirectas:** Las ventas indirectas, o la distribución indirecta de productos, son ventas a través de intermediarios. Son más características de las grandes organizaciones porque, para comprar los productos de una empresa en particular, el cliente tiene que ponerse en contacto

con sus representantes de ventas oficiales. No hay contacto personal entre el vendedor y el comprador.

**Ventas telefónicas:** Las ventas telefónicas y el telemarketing son un método extendido y eficiente para establecer contacto con prospectos y concretar ventas. Éste también es un método efectivo para vender productos nuevos o adicionales a los clientes existentes.

**Ventas promocionales:** La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto.

**Retail:** Es un tipo de comercio que se caracteriza por vender al por menor. Lo llevan a cabo aquellas empresas cuyo objetivo es vender múltiples clientes finales un stock masivo.



## XVIII. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.pueblosindigenaspcn.net/territorios/san-juan-de-oriente>

<https://travelguidenicaragua.com/destinos/area-pacifico/masaya/san-juan-de-oriente/>

<https://www.laprensa.com.ni/tag/san-juan-de-oriente>

<https://www.bancomundial.org/es/country/nicaragua/overview>

<https://blog.impulse.pe/10-estrategias-efectivas-para-incrementar-las-ventas-hoy-y-en-el-futuro>

<https://www.monografias.com/docs/Proceso-para-preparar-una-artesania-de-barro-F3JUKAPZMY>

<https://economipedia.com/definiciones/ingreso-medio.html>

<http://www.manfut.org/artesanos-masaya.html>

<http://inifom.gob.ni/municipios/documentos/MASAYA/sanjuandeoriente>

<https://www.intur.gob.ni/>

<https://www.lavozdelsandinismo.com/nicaragua/2011-07-07/artesanos-de-ceramica-de-barro-en-taller-sobre-diseno-y-calidad/>

Saballos, L. (2002). Arte y artesanía la perspectiva de la cultura popular. Tradiciones de Guatemala, 113.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007) Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill.

## XIX. ANEXOS.

### 19. Instrumentos

#### 19.1. Entrevista de prácticas de Campo en San Juan de Oriente sobre las Artesanías de Barro (Jarrones).

##### Datos generales:

Nombre del Entrevistador \_\_\_\_\_

Nombre \_\_\_\_\_ edad \_\_\_\_ sexo \_\_\_\_ estado civil \_\_\_\_\_

Ocupación \_\_\_\_\_

Numero de Entrevista #1

Fecha de la Entrevista:

##### Preguntas generales.

1. ¿Cuántas familias se dedican a la actividad artesanal del barro? En específico Jarrones.
2. ¿Cómo es el proceso de producción de la artesanía (Jarrones)?
3. ¿Qué tipo de tecnología usan en el proceso?
4. ¿Cómo están organizados los artesanos de esta Zona#?
5. ¿De dónde obtienen la materia prima para elaborar las artesanías?
6. ¿Qué tipo de financiamiento reciben estos artesanos?
7. ¿Cuántos talleres existen en esta zona#?
8. ¿Cuál es la oferta y demanda estimada de artesanía (Jarrones)?
9. ¿Cuál es el taller más viejo de esta zona#? ¿Quién es el dueño y su edad?
10. ¿Cuáles han sido los cambios de antes hasta ahora en la organización productiva de hombres y mujeres con respecto a las cooperativas?
  - ¿Cuáles son los niveles de ingresos estimados de las familias artesanas de San Juan de oriente?
    - Ingresos promedio la población de la zona san juan de oriente.
    - Ingreso per cápita de la zona San juan de oriente.

- Ingresos por ventas de artesanías (Jarrones).
11. ¿Cuáles son sus costos estimados de Producción?
  12. ¿Qué canal de distribución utilizan?
  13. ¿En qué rango de precios estimados venden los Jarrones a los clientes que lo comercializan?



**19.2. Encuesta dirigida a dueños de establecimientos que comercializan artesanías de Barro (Jarrones). La información obtenida se utilizará únicamente para fines académicos garantizándose la confiabilidad del encuestado.**

➤ **Conteste las siguientes preguntas. Encierre en un círculo la respuesta correcta.**

**1.** ¿Qué estrategias de ventas han utilizado para incrementar el nivel de ingresos?

- a) Ventas online
- b) Ventas a domicilio.
- c) Ventas telefónicas
- d) Ventas directas.
- e) Ventas Mayorista.
- f) Ventas promocionales
- g) Ninguna.

**2.** ¿Qué tipos de promociones implementan a sus clientes?

- a) Descuentos
- b) No hay promociones.

**3.** ¿Participan en ferias departamentales o municipales?

- a) Si
- b) No

**4.** ¿Qué valor agregado le dan a la artesanía Jarrones?

- a) Compran rústicos.
- b) Nuevos diseños.
- c) Color y acabado.

**5.** ¿Utilizan las redes sociales para ofrecer Jarrones?

- a) Si
- b) No

6. ¿Creen que es necesario tener una página web sobre sus negocios?

- a) Si
- b) No

7. ¿Existe demanda de este producto?

- a) Si
- b) No

### **19.3. Personas entrevistadas**

José Luis Pérez 45 años originario de la comunidad de San Juan de Oriente artesano se dedica a trabajar la artesanía desde mucho tiempo aprendiendo de sus padres observando el trabajo.

Roger Calero artesano más representante del municipio dueño de taller además de tener su propio taller vende la artesanía internacionalmente a través de encargos es uno de los talleres que hace todo el proceso desde el momento en que se pulveriza el barro hasta que se vende.

José santo Gonzales se dedica a triturar originario de San Juan de Oriente le trabaja a Roger Calero, pero además tiene su taller donde elabora la artesanía trabaja en el amasado pero también sabe cómo hacer todo el proceso ya que tiene su taller pero busca otros ingresos para sus familia.

Pablo Gaitán 29 años dueño de taller se dedica a la elaboración de la artesanía en molde, pero también elabora en el torno este artesano utiliza las dos formas en elaborar las piezas ya que una son más baratas y son más fáciles de vender y hacer.

Rosalina López 56 años se dedica al torno y al calado de las piezas esta entrevistada aparte de atender el hogar pues se dedica a trabajar en su taller haciendo las cosas ms livianas y fáciles de hacer.

La señora Cándida Rodríguez 30 años originarios de San Juan de Oriente se dedica a la aplicación del óxido en su taller además es ama de casa.

José Carballo trabajador de la artesanía especialista en el torno y además trabaja en la capital y por la noche trabaja en su casa preparando las piezas para que sus familias hagan el siguiente proceso al siguiente día que él no se encuentra en casa.

#### 19.4. Evidencia etnográfica.

N°	Nombre Entrevistado	Edad	Ocupación	Grabaciones	Fotografías	Libreta y diario de campo.
1	José Luis Pérez	45	Artesano	X	X	X
2	Roger Calero	51	Dueño de taller.	--	X	X
3	José Santos Gonzales	36	Artesano Originario del Lugar.	X	X	X
4	Pablo Gaitán	48	Dueño de taller.	--	X	X
5	Rosalina López	56	Artesana	--	X	X
6	Cándida Rodríguez	66	Artesana	--	X	X
7	José Carballo	44	Especialista en torno.	--	X	X



### 19.5. Cronograma de actividades.

Etapas actividades	Responsabilidades		Día de trabajo				
	Estudiantes	Informantes	L	M	M	J	V
Reconocimiento del contexto.	X		X				
Visualizar los informantes y aplicar las entrevistas.		X		X			
Hacer entrevista a los artesanos dueños de talleres.		X			X		
Entrevistas.		X				X	
Hacer entrevistas e ir procesando datos recopilados.	X	X					X



