

Estrategias de comercialización de la microempresa familiar mueblería Lina ubicada en los municipios de Condega y Pueblo Nuevo año 2016, Estelí- Nicaragua¹

Dayana Ampié fuentes²

Geovanny Magdiel Lira Espinoza³.

Heymmy Jullyseth Sánchez Talavera⁴

Beverly Castillo Herrera⁵

RESUMEN

En el presente estudio se realizó un análisis de las estrategias de comercialización de la Mueblería Lina ubicada en los municipios de Condega y Pueblo Nuevo año 2016. La investigación es de tipo cuali-cuantitativo, ya que en lo cualitativo se estudia a profundidad las estrategias de comercialización de la empresa familiar Mueblería Lina y en lo cuantitativo pretende describir las estrategias de comercialización mediante la recolección y análisis de Datos Cuantitativos. El universo de estudio lo constituye la misma empresa con sede en la ciudad de Condega y con sucursal en el municipio de Pueblo Nuevo. Las técnicas de recolección de datos son entrevistas las cuales se aplicaron a los propietarios o encargados de las empresas, además se aplicaron encuestas a los clientes, guías de observación e investigación documental. En cuanto a los resultados de las estrategias de comercialización, que emplea la microempresa objeto de estudio se considera que las estrategias de comercialización que dicha empresa, ha implementado le ha ayudado a cumplir parcialmente sus metas futuras, logrando minimizar sus costos y maximizar sus ganancias. Sin embargo es necesario que la Microempresa diseñe nuevas estrategias de comercialización y automatice sus procesos contables y administrativos para que comercialice los productos de una manera más fácil y rápida de igual manera, esto le serviría para mejorar la atención al cliente y que la micro empresa sea más competitiva en el mercado.

Palabras Claves: Comercialización, estrategia, empresa, precio, producto.

¹ Este artículo se basa en la investigación titulada Estrategias de comercialización de la microempresa familiar Mueblería Lina ubicada en los municipios de Condega y pueblo nuevo, Estelí- Nicaragua. Año 2016. Para obtener el título de licenciatura en Administración de Empresas de la UNAN- Managua FAREM-Estelí en el año 2016.

² UNAN- Managua, FAREM- Estelí. Correo electrónico: ampiedayana-yahoo.com

³ UNAN- Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: giovalira1@gmail.com

⁴ UNAN- Managua, FAREM-Estelí. Correo electrónico: heyummy@yahoo.es.

⁵ Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad del Zulia. Maestría en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Docente titular de la UNAN-Managua, FAREM-Estelí. Correo Electrónico: beverlycastillo@yahoo.com

Abstract

In these investigation we did an analysis about the approaches of marketing of the Enterprise Lina; it in processing the jagood. These enterprise is located in Condega and Pueblo Nuevo year 2016. These research is qualitative; in the qualitative we studied the approaches of marketing; and quantitative is a description about the approaches with quantitative data through the analysis and investigation. The universe of these research is the same enterprise is located in Condega city with a subsi diary in pueblo Nuevo. The technicians of recollection of data are enter with the owner, clients; observation guide and documental research.

In these research we found the effect of the approaches of marketing; used by than enterprise; it helped to complished partially the future goal; improvement the income and minimizing the cost. However the small enterprise need design new approaches and automate their account and administrative for sell and commercialize the product easily and improvement the tirade, to more competitive in the market.

Key words: marketing, enterprise, approaches, products, price.

INTRODUCCION

La empresa Familiar de muebles y electrodomésticos conocidos en Condega y sus alrededores como Mueblería Lina, inicio sus operaciones en el año 2000. Está ubicada en el barrio Alcides Meza en la ciudad de Condega fue fundada por la profesora Carmen Olivas Torres porque no existía una empresa dedicada a la comercialización de muebles y electrodoméstico que garantizara la calidad y precios accesibles a la población de Condega y sus comunidades. En esta empresa laboran doce personas encargadas de la administración, comercialización y distribución de los productos que oferta la micro empresa. Los muebles y electrodomésticos que ofrece la mueblería son importados desde la hermana república de Panamá.

En el año 2009 la micro empresa familiar decide abrir una sucursal en el municipio de Pueblo Nuevo logrando diversificar su mercado y ampliar sus clientes. La empresa cuenta con infraestructura propia pero tiene poca capacidad para almacenar la mayoría de sus productos, Tanto en la casa matriz como en la sucursal se logró identificar problemas de comercialización por la falta de implementación de estrategias para la promoción que le permitan a la población conocer los productos y las ofertas; esto sumado a una baja inversión y falta de establecimiento de políticas crediticias definida, ocasionando un crecimiento paulatino a nivel de competitividad en el mercado.

Esta investigación le proporcionara nuevos conocimientos sobre las principales funciones o actividades que se realizan en la micro empresa familiar Mueblería Lina a sus propietarios por lo tanto podrán tomar decisiones acertadas para mejorar su estrategia de comercialización, mejorando su desempeño dentro del mercado para reducir los riesgos y dificultades, que les permitan minimizar sus costos y maximizar sus ganancias.

El objetivo principal de este estudio es analizar las estrategias de comercialización de la Mueblería Lina ubicada en los Municipios de Condega y Pueblo Nuevo año 2016, lo que facilitará la propuesta de nuevas estrategias que mejore la comercialización de sus productos.

Los principales Ejes Teóricos del estudio son:

Empresa Familiar:

Es un negocio donde los miembros de una determinada familia se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones, cumplir ciertas tareas y distribuirse los beneficios de forma justa. Son una organización empresarial que gran parte de la propiedad pertenece a una familia y los cargos de mayor

responsabilidad dentro de la organización son ocupados por los mismos miembros de la familia, permitiendo que exista una voluntad de continuidad y expansión en la empresa, debido a la incorporación y continuidad de miembros de la segunda generación de la familia a la empresa. (Costa, 2014).

Comercialización:

Es el conjunto de las acciones, actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de la empresa. Tiene como objetivo fundamental hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficientemente los productos en el sistema de distribución. Por lo tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades que permitan poner en el lugar indicado y momento preciso una mercadería o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. (Fong, 2009).

MATERIAL Y METODO.

Según el nivel de conocimiento esta es una investigación aplicada por que se analizan las estrategias de comercialización y sus efectos en los clientes de mueblería Lina y se sugiere nuevas estrategias de comercialización para potenciar su mercado. El muestreo por ser una investigación Culi cuantitativa el tipo de muestreo utilizado para lo cualitativo es no probabilístico porque no todos los integrantes del universo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados y por ser una investigación Cualitativa se utilizó un muestreo aleatorio simple con fórmula de la población finita. Para determinar la muestra se definieron los siguientes criterios: 1- Disposición de los informantes claves a participar de manera voluntaria en el Estudio, 2- Dueños y familiares involucrados en el funcionamiento de la empresa de muebles y electrodomésticos, 3- Clientes de Mueblería Lina en los Municipios de Condega y Pueblo Nuevo.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados se utilizaron las técnicas de recolección de datos como: Investigación Documental, Entrevista Semi- Estructurada y Guía de Observación. Según la información recopilada en el trabajo de campo se procedió a la tabulación de los resultados el cual se realizó de forma electrónica Atraves del Programa SPSS y Triangulación por fuente.

El universo de esta investigación lo constituye la misma empresa con sede en el municipio de Condega y sucursal en el municipio de pueblo nuevo. En la Microempresa existe una base de datos de 275 clientes los cuales visitan la microempresa para adquirir Productos al contado de manera mensual, esta

información fue tomada como referencia del Control de Visita del mes de Julio; promediando por semana, siendo su universo de estudio 59 clientes a encuestar.

El trabajo de campo se realizó en coordinación con la propietaria de la Microempresa con el propósito de obtener información precisa, donde se aplicaron entrevistas a los trabajadores de las diferentes áreas y a los propietarios del local, así como a la parte administrativa, para conocer el funcionamiento de la Microempresa, problemas en el proceso de ensamblaje y pintura; en el área de ventas conocer las estrategias de comercialización que emplean y si esas estrategias les han sido útiles para su crecimiento, al momento de comercializar sus productos en el mercado. Se realizaron encuestas a los clientes con mayor visitas a la Mueblería Lina, obteniendo datos sobre la valoración de la satisfacción de los clientes.

RESULTADOS Y DISCUSIONES.

La microempresa familiar Mueblería Lina constituyó su casa Matriz en la ciudad de Condega el 14 de marzo de 1999, la actividad principal de la microempresa es la venta de muebles y electrodomésticos importados de Panamá, fue constituida con capital propio, y con un personal 12 trabajadores y en el año 2009 deciden abrir una sucursal en el municipio de Pueblo Nuevo logrando diversificar su mercado y ampliar sus clientes; esta sucursal cuenta con un personal de 4 trabajadores. Tanto la casa Matriz como la sucursal cuenta con infraestructura propia.

La Microempresa familiar Mueblería Lina tiene como Misión organizativa: Ofrecer un servicio innovador y único entregando lo más completa variedad de muebles y electrodomésticos con la mejor calidad, garantía y facilidades de pago superando las expectativas de nuestros clientes.

Su Visión organizativa es: ser una empresa líder a nivel municipal en Condega y pueblo Nuevo, en la fabricación y comercialización de muebles y electrodomésticos, donde la solidez empresarial y eficiencia productiva basada en sus recursos humanos garanticen los más altos estándares de calidad y servicio para sus clientes y aseguren un permanente crecimiento y rentabilidad.

Implementa Objetivos estratégicos tales como:

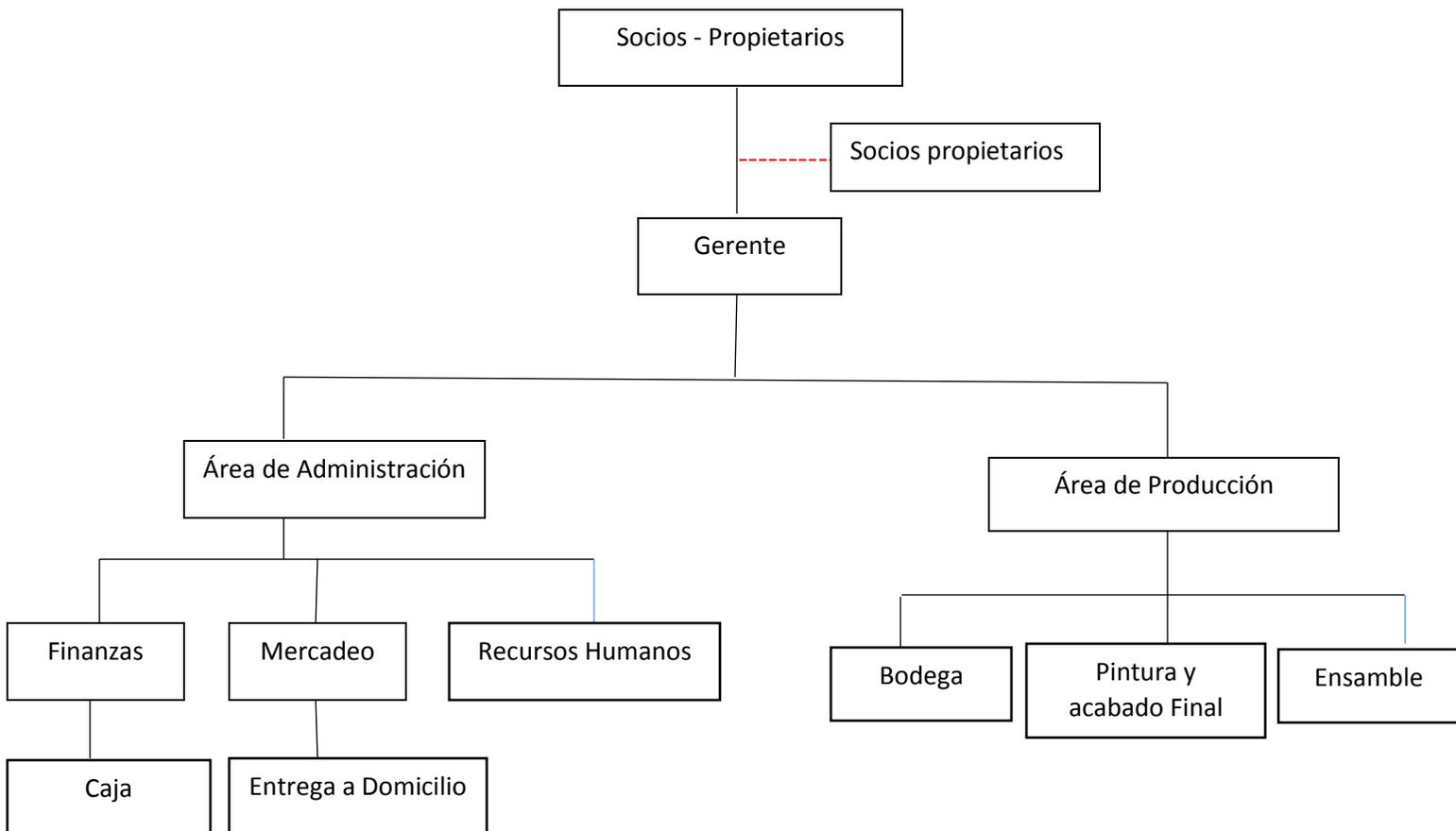
- ✓ •Incrementar para el 2016 la participación en el mercado competitivo.
- ✓ •Obtener para el 2016 una utilidad del 20% sobre el monto de la inversión en activos fijos y equipo de oficina.

- ✓ •Establecer estrategias de comercialización para que la empresa crezca y aumente su actividad en el mercado.
- ✓ •Incorporar en el 2016 la variedad en la producción de muebles y desarrollar nuevos productos que garanticen un mejor servicio.

Estructura organizativa de la microempresa familiar Mueblería Lina:

El personal que labora en la empresa en su mayoría es familiar, ya que como es una pequeña empresa familiar las funciones administrativas están divididas entre miembros de la misma y el personal que se contrata para las demás áreas son personas cercanas a la familia o conocidos de confianza. (Carmen Olivas propietaria de Mueblería Lina, 19 de Agosto del 2016).

Esta micro empresa no cuenta con un organigrama formal, en base a la entrevista realizada a la propietaria se propone la siguiente estructura.



“Fuente: El Organigrama diseñado para esta investigación fue elaborado con la Sra. Carmen Olivas Torres Gerente - propietaria de la Microempresa Familiar Mueblería Lina.”

1. **Socios - Propietario y Consejo Familiar:** esta constituye una de las áreas más importantes en la microempresa familiar MUEBLERIA LINA es el área donde se realiza la toma de decisiones financieras, administrativas. Los Gerentes propietarios son dos Socios y el Consejo Familiar está conformado por los dos gerentes propietarios y dos personas de confianza (Sr. Adolfo Espinoza, Srita. Carmen Espinoza) que pertenecen al núcleo Familiar.

2. **Gerente:**

Es el encargado de ordenar y designar todas las posiciones gerenciales para realizar las evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos, planear, desarrollar metas a corto y largo plazo, coordinar con las oficinas administrativas y de producción que los registros y análisis de ejecuten correctamente con dirigir y por ende verificar el cumplimiento de las tareas y funciones asignadas a los empleados este Cargo lo desempeña la (Sra. Carmen Olivas. *Propietaria. 19 de Agosto del 2016*).

3. **Área administración:**

Conformadas por los jefes de áreas de Recursos Humanos, Finanzas y Mercadeo, aquí se coordina las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficaz y eficiente, obteniendo los mejores resultados con la mínima inversión, sin desperdiciar recursos y lograr los objetivos al menor costo.

4. **Área de Recurso Humanos:**

Las funciones que se realizan en esta área son llevadas a cabo por la Señora Zeydi Blandón siendo la responsable de la selección y contratación del personal idóneo para cada puesto laboral vacante así como también atender todas las necesidades y situaciones referidas al personal humano con el que cuenta la microempresa y por lo tanto la protección, cuidado de los trabajadores para prevenir accidentes.

5. Área de finanzas:

En esta área se realizan las actividades relacionadas con la contabilidad destacándose en ellas la elaboración de estados financieros, la realización de compras por internet y de manera personal, además se realiza la función de control de inventario con el fin de determinar la posibilidad de cubrir la demanda de la microempresa, también dentro de esta área se lleva a cabo el control y pago de planilla. Esta área cuenta con dos trabajadores. Un Contadora y la cajera.

6. Área de mercadeo:

La responsabilidad de esta área está a cargo de la señorita Nereyda Figueroa, ella se encarga de atender a toda la clientela y velar las necesidades que ellos presentan para así ofrecerles un producto que satisfaga su necesidad, de igual forma se encargan de promocionar los productos para que estos sean comercializados. También esta área cuenta con un responsable de entrega a domicilio dentro del Municipio de Condega y Pueblo Nuevo y las comunidades aledañas. Esta área se fundamenta en las capacidades de realizar estudios de mercado para detectar las necesidades de los consumidores, conocer la competencia y comprender la forma como se mueve el mercado, para que la empresa se vuelva competitiva y puedan alcanzar los objetivos que conduzcan al crecimiento.

7. Área de Producción:

Esta área de la microempresa tiene como función principal la transformación de productos que en esta se comercializan, las decisiones que se toman en esta área se relacionan con los aspectos siguientes: capacidad, inventarios, fuerza de trabajo, calidad. Está conformada por: las áreas de Ensamblaje, Pintura y acabado, Bodega.

8. Área de ensamble, Pintura y Acabado final :

Dentro de esta área se llevan a cabo actividades vinculadas a la producción como es ensamblar los diversos tipos de muebles que son importados; supervisar la calidad del ensamble, esta área está a cargo del joven Luis Córdoba quien vela que todas las actividades de ensamble se den en tiempo y forma. Una vez que el mueble está armado se procede al área de Pintura y acabado final, donde se revisa el mueble detalladamente y se realizan algún tipo de reconstrucciones si lo amerita, luego se procede al pintado final del mueble, este proceso es llevado a cabo por el Joven: (Antonio Gámez).

9. Área de Bodega:

Actualmente la bodega utilizada por la Microempresa está en remodelación, para garantizar la seguridad y mejores condiciones donde se almacenan los productos que se comercializan esta cuenta con un espacio de 25 Metros anchos y 50 metros de largo está ubicada frente a la Microempresa MUEBLERIA LINA. Los productos están organizados por Material, tamaño, Código de entrada y marca.

La Toma de decisiones familiares.

Se da por medio de la gerente propietaria la Sra. Carmen olivas y su socio Orlando Benavides ellos dos son los que toman decisiones de la microempresa desde la adquisición de artículos , nuevas contrataciones , compras en líneas , aceptación de nuevas promociones y también análisis de decisiones financieras correspondientes a pagos a los proveedores extranjeros y nacionales entre otros. Se realiza reuniones mensuales donde participan los socios propietarios, personal de confianza y personal administrativo donde se analiza cada una de las decisiones más acertadas para el mejoramiento de la empresa.

Productos que se comercializan y de mayor demanda.

En la micro empresa familiar se ofrece una diversidad de productos para el hogar oficina, Niños entre otros de los cuales hay variedad según marca, tamaño y costo. En la entrevista realizada al personal que labora se obtuvo información acerca de los cinco productos más solicitados por su clientela los cuales se clasificaron de la siguiente manera

Listado de los Productos más Vendidos.

Productos de Madera	Precio / Contado	Precio /Crédito
Juegos de sofá	C\$ 12,800.00	C\$ 15,800.00
Ropero (Tres Cuerpos).	C\$ 13,800.00	C\$ 17,800.00
Camas	C\$ 2,600.00	C\$ 3,200.00
Juego de Sillas Abuelitas	C\$ 6,800.00	C\$ 8,800.00
Comedor Tapizados	C\$ 15,800.00	C\$ 19,800.00
Electrodomésticos		
Refrigeradora 12"	C\$ 11,800.00	C\$ 15,200.00
Cocina Cuatro	C\$ 9,500.00	C\$ 9,800.00
Licuada	C\$ 800.00	C\$ 1,000.00
Horno Microonda	C\$ 1,800.00	C\$ 2,400.00
Televisor	C\$ 4,800.00	C\$ 5,500.00
Productos Plásticos		
Gabeteros 4 Gavetas	C\$ 2,700.00	C\$ 3,800.00
Plateras	C\$ 500.00	C\$ 600.00
Sillas Plásticas	C\$ 2,600.00	C\$ 3,600.00
Papeleras Juego de tres	C\$ 150.00	C\$ 250.00
Termos	C\$ 1,600.00	C\$ 1,800.00
Productos Varios		
Bicicletas # 20	C\$ 2,400.00	C\$ 2,900.00
Coches de Bebe	C\$ 3,800.00	C\$ 4,600.00
Andariveles	C\$ 1,250.00	C\$ 1,600.00
Maletas	C\$ 5,200.00	C\$ 6,000.00
Corrales	C\$ 2,800.00	C\$ 3,600.00

“Listado presentado por Sra.Nereyda Figueroa. Responsable de Ventas de la MicroEmpresa Familiar Mueblería Lina. Entrevista realizada 19 de Agosto del 2016”

los costos de los productos que son importados desde Panamá varían de acuerdo a la marca, cálida y tamaño. Estas pagan un 35 % de impuestos al entrar al país y las marcas que son poco reconocidas entre el 20 % y el 25% en dependencia del producto a estos costos también se sumas el gasto de transporte y otros para definir su precio final al consumidor.

Lista de productos importados de Panamá

CANT	DESCRIPCION	P UNITARIO
3	FREEZER 5.65CU.FT 959-BD160	6,348.38
6	FREEZER 3.53CU.FT 959-BD100	5,740.56
3	FREEZER 14.3CU.FT 959-BD408	12,156.48
4	FREEZER 21.79CU.FT 959-BD618	15,803.42
3	FREEZER 26.37CU.FT 959-BD718	17,221.68
3	NEVERA VERTICAL 4.81CU.FT 959-LSC238CF	9,792.72
1	NEVERA VERTICAL 11.94CU.FT 959-LSC338CF	12,156.48
2	NEVERA VERTICAL 7.0CU.FT 959-LSC198CF	9,623.88
15	ABANICO DE PIE C/CONTROL SANKEY FN-1792PC	823.30
20	TELEVISOR 14" A COLOR SANKEY CT-14SD31	1,818.11
20	TELEVISOR 21" A COLOR SANKEY CT-21SLSW2	2,881.54
40	ABANICO DE PIE SANKEY FN-1738	788.99
40	PLANCHA D/CABELLO REMINGTON S8001	788.99
6	LED 32" F-HD SAMSUNG UN-32FH4005HXP	8,629.60
6	LED 32" LG 32LB551A	8,442.00
4	REFRIGERADORA 5" ROYAL FR-560A	3,842.05
8	REFRIGERADORA 5" ROYAL FR-500	3,601.92
12	CAFETERA 12T ROYAL RC-6038B	583.17
2	CONGELADOR 21 ROYAL RFH-210	14,064.64
10	GABINETE P/COCINA 859-GB005A005ECHO	5,282.82
9	GABINETE P/COCINA 859-GB005A005EHC	5,282.82
2	PISCINA 94"*59"*23" 815-56041	2,066.82
2	PISCINA 102"*67"*24" 815-56042	2,255.49
8	OLLA DE COCINA LENTO 963-RYD7345	583.17
20	PLANCHA 245*100*32MM 963-7939	154.37
20	OSTER LICUADORA 10 VEL 986-OS4108	1,078.70
4	LICUADORA 986-OS4655	2,476.32
12	ESTUFAS 4 QUEMADORES SANKEY	1,013.04

"Listado presentado por Sra.Nereyda Figueroa. Responsable de Ventas de la MicroEmpresa Familiar Mueblería Lina. Entrevista realizada 19 de Agosto del 2016"

Niveles de venta

Del Inventario de productos que se adquiere quincenalmente el nivel de venta es de un 90%, y las ventas anuales ascienden a C\$ 2, 500,000.00 Córdobas. Esta información se obtuvo de Informe Financiero mostrado por la gerente propietaria.

En el caso de la Sucursal de Pueblo Nuevo su nivel de ventas son menores de un 70 % según su inventario y abastecimiento, las ventas anuales ascienden a C\$ 1, 250,000 .00 córdobas ,podemos apreciar menores niveles de venta debido a que no cuentan con vehículo de entrega a domicilio , ni políticas crediticias bien establecidas, y su infraestructura es pequeña a esto se suma el mal estado de las carreteras , de las comunidades aledañas , lo cual afecta en gran parte ya que el artículo puede sufrir daños y también que este no se entregue a tiempo, además de que genera mayores gastos de combustible y reparación del vehículo :

“Las entregas a domicilio las realizamos en tiempo y forma ya que somos una microempresa responsable pero existe inconformidad de los clientes ya que a beses los productos como los roperos o cómodas llegan con desperfectos en los vidrios debido a los caminos y carreteras. (Sr. Carmen Olivas propietaria, entrevista realizada el 19 de Agosto del 2016”).

Cuenta con un vehículo para realizar la entrega a domicilio en el municipio de Condega y comunidades donde no transita el transporte colectivo, La microempresa familiar cuenta con un canal de comercialización, en este caso trabaja con el consumidor final: Canal directo: es cuando el cliente consumidor adquiere el producto directamente de la microempresa

Proveedores- Consumidores finales

La micro empresa al momento de la comercialización identifica tres tipos de cliente que son: Clientes de compras frecuentes: son aquellos que realizan compras con mayor frecuencia o compras repetidas (Maestros y Obreros de Tabacaleras).

Clientes de compra habituales: son aquellos que realizan compras con cierta regularidad porque están satisfechos con la empresa (Habitantes de barrios vecinos y pobladores de las comunidades aledañas)

Clientes de compra ocasionales: son aquellos realizan compras de vez en cuando en la microempresa (Visitantes de Estelí, Somoto u otras ciudades).

Demanda:

La microempresa familiar MUEBLERIA LINA actualmente cubre la demanda de cada uno de los productos que ofrece al mercado, ya que la microempresa compra en base a los productos que más se comercializan y lo necesario para almacenarlo en bodega. La demanda varía constantemente dependiendo los meses festivos del municipio, esto le permite tener lo necesario y no excederse.

“Cuando se tiene demasiada mercadería en bodega o sobre inventario la micro empresa corre el riesgo de tener pérdidas ya que muchos productos se pueden deteriorar debido al tiempo almacenado y esto hace que se tenga que ofrecer a bajo precio o hacerle un descuento al cliente explicándole la anomalía que el artículo presenta (sr. Carmen Olivas propietaria Entrevista realizada 19 de Agosto del 2016”).

Políticas de Crédito:

El porcentaje de ventas al crédito de la microempresa familiar MUEBLERIA LINA es de un 75% en sus ventas mensuales, para otorgar este beneficio se realiza pidiéndole al cliente que visita por primera vez la micro empresas se le solicita presente colilla salarial, fotocopia de cedula y un fiador (Cliente activo de la Microempresa, con soportes que respalden el crédito). Los créditos otorgados se dividen por cuotas mensuales para que se le haga más fácil a la población pagar el crédito, la persona que se retrasa dos cuotas o más el encargado de la venta le ejecutara una cobranza ya sea con el fin de que la persona termine de pagar el producto o bien retirar el producto.

El proceso de venta se realiza de manera manual primero llenando el contrato donde el cliente y en vendedor realizan acuerdo de pago entre las partes y esté es leído y firmado por el cliente.

“Inicialmente trabajamos con créditos otorgándoselos a personas responsables y que tengan pagos puntuales, en nuestra microempresa las tarjetas de cliente son clasificadas de la A a la Z, las de los maestros de todo el municipio van clasificadas a parte ya que a ellos se les da un descuento especial, (sr. Carmen Olivas propietaria Entrevista realizada 19 de Agosto del 2016”).

Publicidad:

La microempresa familiar realiza publicidades radiales, televisivas y ocasionalmente a través de mantas en los meses festivos.

“No hay mejor publicidad y propagandas que las referencias que dan nuestros clientes ya que ellos corren la voz, además somos una microempresa reconocida y posicionada en el mercado del municipio de Condega, de igual forma nos visitan clientes de Estelí para adquirir productos que necesitan, (Sr Carmen Olivas Propietaria, Entrevista realizada el 19 de agosto del 2016)”.

Si bien es cierto que la publicidad verbal es efectiva , en la promoción de los productos sin embargo la Microempresa familiar Mueblería Lina , necesita ampliar sus horizontes publicitarios , a través de Fuerza de Ventas , Marketing online (Sitios Web ,Redes Sociales entre otros), y crear una Imagen corporativa que

Atención al cliente:

La microempresa prepara a su personal de ventas de manera más adecuada para que atiendan al cliente mediante Capacitaciones impartidas por los proveedores, la información referente sobre el comportamiento de compra de los clientes o crédito de los clientes está registrado en la tarjeta de clientes o tarjeta Kardex.

“ La microempresa familiar MUEBLERIALINA ve a los clientes como su familia, porque sin ellos se vería afectado el crecimiento de esta, de igual forma por medio de los clientes se dan cuenta si el producto es aceptado o si alguno de estos productos deberían sacarlo del mercado.(Sra. Nereyda Figueroa Mercadeo . Entrevista realizada 19 de Agosto del 2016).

Competencia:

En el Municipio de Condega se lograron identificar 30 empresas del Sector madera (Artesanos de Madera, ebanistas y carpinteros) en el área urbana de las cuales se observó que siete pequeños negocios (Ay qué lindo , Creaciones Fidel, Muebles Vílchez , Expo Muebles Cruz , Artesanía y Mueblería Rey de Reyes , Mueblería Solidaridad, Taller Gutipal) que elaboran y comercializan muebles representan a la competencia, además del mercado Informal (semaneros , descuenteros o Vendedores ambulantes.) y Casas Comerciales CURACAO, actualmente en el mes de noviembre se le incorpora a la competencia la casa comercial El Gallo Mas Gallo, aumentando así la competencia en el mercado para microempresa familiar.

La Alcaldía Municipal en los últimos 4 años, (inicio en 2012) promueve la feria de venta de patio que se realiza en 2 fechas del año, en el día de las madres y en las noches de compra que se realizan del 17 al 24 de diciembre.

“En el Municipio de Pueblo Nuevo se logró identificar tres pequeños negocios de Madera: Taller de Carpintería de Tomas Rubio, Taller de Carpintería Nicolás Acuña y Mueblería San José y una casa comercial Gallo más Gallo. En el análisis que se realizó la Microempresa supera a la competencia por su calidad, precios accesibles, ubicación Geográfica y Políticas de crédito.(Sra. María Orfilia Rodríguez Promotor Departamental de Pequeños Negocios Ministerio de Economía Familiar. Entrevista realizada 09 de Septiembre del 2016).

A través del estudio de campo se obtuvieron datos que permitieron analizar la información brindada por parte de los encuestados: se determinó 54.24% fueron mujeres (amas de casa, maestras y obreras) que forman parte de la base de datos de los clientes de la microempresa y el 45.76% son del sexo masculino correspondientes a agricultores, ganaderos y obreros.

Con los resultados obtenidos de la encuesta, nos muestra que el 40.68% de los clientes tiene más de 3 años de adquirir productos en la micro empresa familiar Mueblería Lina estos clientes expresan que los productos que han adquirido en la microempresa les proporcionaron buenos resultados y el 32.20% de las personas encuestadas tienen más de un año de adquirir los productos estos clientes provienen de comunidades aledañas y la mayoría son jóvenes que están iniciando su vida laboral; otra parte de los encuestados corresponde al 27.19%, estos clientes poseen menos de un año de adquirir productos debido a que donde ellos habitan no existen calles donde entre el transporte y vehículos particulares por lo que se dificulta su traslado.

Cuadro N° 1 Tiempo de adquirir productos de Mueblería Lina. Universo. 59 encuestados.		
Tiempo	Frecuencia	%
Más de un año	19	32.20
De uno a tres	16	27.19
Más de tres años	24	40.68
Total	59	100
Fuente: Datos primarios de la encuesta Agosto, 2016		

De acuerdo al tipo de muebles adquiridos en la microempresa por los clientes el 25.42% corresponde a clientes que compran refrigeradoras ya que los electrodomésticos son de vital importancia en los quehaceres del hogar , el 22.03 % , 20.34 % y 16.95 % de los clientes encuestados adquirieron Roperos y Gabeteros plásticos en su

Cuadro N° 2 Tipo de muebles adquiridos en la microempresa Universo. 59 encuestados.		
Muebles o	Frecuencia	%
Refrigeradora	15	25.42
Ropero	13	22.03
Gabetero	12	20.34
Televisor	10	16.95
Otros	9	15.25
Total	59	100
Fuente: Datos primarios de la encuesta Agosto, 2016		

mayoría jóvenes profesionales, padres de familias y jóvenes parejas con bebés estos productos son parte indispensable de la vida cotidiana de cada uno de ellos ; un 15.25% de los clientes compran otros artículos o muebles diversos los cuales varían de acuerdo a las necesidades de los clientes desde arroceras, hornos – microondas , entre otros que sirven en el sustento del hogar.

Con respecto a la calidad de los productos que se ofrecen en la empresa familiar mueblería Lina podemos señalar que el 83.05% de los clientes ha visto buena calidad en los productos, esto debido a que la microempresa importa y vende marca reconocida y de buena calidad, por eso diversos clientes llevan años trabajando con ellos.

Cuadro N° 3 Calidad de los productos de la microempresa. Universo. 59 encuestados.		
Calidad del producto	Frecuencia	%
Buena	49	83.05
Regular	10	16.95
Mala	0	0
Total	59	100
Fuente: Datos primarios de la encuesta Agosto, 2016		

En relación a la valoración de precio de los productos de la micro empresa familiar podemos decir que ninguno de los clientes se siente insatisfecho con el precio de los productos y que el 77.97% de los clientes afirmaron que los precios son buenos, accesibles y que están al alcance del bolsillo de toda la población en general , según los encuestados los precios que oferta la Microempresa Mueblería Lina son mucho más bajos que los que ofrece la competencia ,ya que antes de iniciar sus trámites de créditos en la microempresa , estos clientes en su mayoría realizo cotizaciones en el mercado de la competencia.

Cuadro N°4 Valoración de precio de los productos de la microempresa Universo. 59 encuestados.		
Valoración de	Frecuencia	%
Bueno	46	77.97
Regular	13	22.03
Malo (caro)	0	0
total	59	100
Fuente: Datos primarios de la encuesta Agosto, 2016		

En relación a los beneficios obtenidos por los clientes se puede decir que el 50.85% de los clientes encuestados recibe regalías las cuales consisten en electrométricos, utensilios de cocina, sombrillas, carteras, llaveros, termos y canastas básicas estos son beneficios que brindaba la empresa por la compra de un artículo según las diferentes promociones; un 27.12 % ha recibido descuentos del 5 % por compras de contado en la adquisición de dos a mas artículos y el 22.03% de los clientes recibió descuentos especiales 7%.

Cuadro N° 5 Promociones que ofrece la microempresa familiar Universo. 59 encuestados.		
Promociones	Frecuencia	%
Descuentos por pronto pago.	16	27.12
Regalías	30	50.85
Descuentos Especiales	13	22.03
Total	59	100
Fuente: Datos primarios de la encuesta Agosto, 2016		

FODA

Análisis FODA: a partir de los resultados de la presente investigación se analiza las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Microempresa Familiar Mueblería Lina:

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Calidad del Producto.• Proveedores fijos y de alta confiabilidad.• Generación de Fuente de empleo.• marcas líderes del mercado• Oferta diversificada.• Contacto Directo con el cliente.• Calidad en la atención al cliente.• Ubicación Geográfica.• Amplia cartera de clientes.• Precios competitivos.• Diversificación del producto.• Producto de Consumo masivo.• Preferencia del Cliente.• Sistemas de garantía.• Reconocidos en el mercado.• Infraestructura	<ul style="list-style-type: none">• Incremento de nuevos productos.• Apertura de nuevos mercados.• Aprovechamiento de nuevos Proveedores.• Baja disponibilidad de materia prima
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con un manual de funciones.• Los sistemas contables se llevan de manera manual.• No existe un programa de Capacitación al personal.• Falta de Visión empresarial.• No usan tecnología.	<ul style="list-style-type: none">• Entrada de nuevos competidores.• Cambio y gustos del cliente.• Cambio Climáticos y Desastres naturales.• Comercio Informal.• Disminución del Poder adquisitivo.• Extinción del recurso forestal.

En base al FODA se procedió analizar un análisis FODA el cual permitió diseñar estrategias que permitan reducir las debilidades y potenciar las fortalezas y oportunidades que logren conducir al desarrollo de la microempresa Mueblería Lina.

Líneas estratégicas para mejorar la comercialización de los productos de la microempresa familiar Mueblería Lina .

Línea N°1: Realizar programas de Capacitación a los trabajadores en Atención al Cliente.

Objetivo: Fortalecer el Servicio y Atención al cliente.

Actividades:

- Preparar una propuesta con la temática sugerida para presentarla a sus propietarios.
- Motivar a los empleados y personal en general sobre la importancia de refrescar o adquirir nuevos conocimientos sobre atención al cliente para el desarrollo de la empresa y mejorar niveles de venta.

Línea N°2: Realizar publicidad en Mueblería Lina Condega y sucursal Pueblo Nuevo.

Objetivo: Implementar la publicidad masiva para captar nuevos clientes.

Actividades:

- Uso de medios publicitarios para anunciar los productos y servicios que ofrece la microempresa.
- Atención personalizada a sus clientes.
- Realizar promociones de ventas ocasionales (descuentos, rifas, regalías).
- Lanzamiento de nuevos productos con ofertas especiales.

Línea N° 3 Automatizar los diferentes procesos que se realizan en Mueblería LINA.

Objetivo: Aumentar la calidad en cada uno de los procesos y permite recoger datos de los procesos, analizar, facilitar el mantenimiento correctivo y preventivo del proceso: favorecer la mejora continua.

Actividades:

- Crear un sistema Contable y manual de funciones para mejorar la estructura organizativa del funcionamiento de la microempresa familiar que oriente a los empleados las responsabilidades y funciones específicas de cada puesto de trabajo.
- Definir cada una de las actividades que debe realizar cada trabajador en su puesto de trabajo.

- Especificar las funciones que tienen los miembros de la familia.
- Establecer reglas y normas por las que estarán regidos los trabajadores.

Línea N° 4 .Establecer Convenio con Proveedores.

Objetivo: Garantizar precios competitivos, productos de calidad y responsabilidad en el cumplimiento de los pedidos realizados.

Actividades:

- Planificar visitas y sondeo informativo sobre proveedores que reúnan los requisitos para la adquisición de productos.
- Elaborar base de datos con información recopilada para realizar un análisis de los proveedores más recomendables para establecer convenios.
- Definir bien las líneas de Productos que estarán siendo de interés para la empresa así definir sus proveedores.

Conclusiones:

Al finalizar el presente estudio y según la información recopilada por medio de la investigación y el análisis realizado que fue nuestro objetivo como lo es la Microempresa Familiar Mueblería Lina podemos concluir en base a los objetivos planteados lo siguiente:

La microempresa familiar Mueblería Lina cuenta con 15 años de experiencia, atendiendo su clientela de la mejor manera y comercializando productos a bajos precios, que satisfacen las necesidades de los consumidores y que son esenciales en la vida cotidiana, esta micro empresa podría competir a nivel nacional, pero la falta de inversión en los canales de distribución y automatización en sus sistemas contables y administrativos para ser competitiva en un mercado tan globalizado. Los productos comercializados por la micro empresa familiar Mueblería Lina satisfacen las necesidades de los consumidores, pero es de vital importancia la diversificación en la implementación de estrategias de comercialización que posicionen estos productos en nuevos mercados.

En resumen podemos determinar que si la micro empresa busca estrategias que mejoren la comercialización de sus productos existirán grandes oportunidades que ayudaran al crecimiento de esta asociación.

Bibliografía

Costa, J. (2014).

EAE Business School. Obtenido de <http://www.eaprogramas.es/empresa-familiar>.

Fong, E. (2009).

[http://www.mercados.us/financiero/capitales/segmentacion y mercado](http://www.mercados.us/financiero/capitales/segmentacion-y-mercado).