

Elementos determinantes de la innovación en la producción y comercialización, en la empresa calzado Bronson, en la ciudad de Condega, departamento de Estelí, en el primer semestre del año 2017.

Peralta Pérez T K¹

Ramírez Sobalvarro Y²

Facultad regional multidisciplinaria de Estelí

RESUMEN

El objetivo general que se utilizó para esta investigación, es determinar elementos de la innovación en la producción y comercialización la empresa calzado Bronson en la ciudad de Condega, departamento de Estelí en el primer semestre del año 2017, para llevar a cabo esta investigación se necesitó de una búsqueda de información en tesis relacionadas con el tema cuero, sitios web, libros de mercado, la cual ayudo a la elaboración del marco teórico. Esto colaboro para realizar el instrumento a utilizar en este caso fue por medio de entrevistas dirigidas a la empresa, la cual se hizo a la responsable la Sra. Massiel Ordoñez, y a los distribuidores que son cuatro señores propietarios de tiendas en el país, siempre tratando con el objetivo principal de determinar elementos de la innovación en la producción y comercialización de esta empresa; por medio de este instrumento se consiguió la información para dar respuesta al problema y a los objetivos planteados en esta investigación.

Palabras Claves

Investigación, información, producción, comercialización, planteamiento, calzado, cuero.

Summary

The general objective that was used for this research is to determine elements of innovation in the production and commercialization of the footwear company Bronson in the city of Condega, department of Estelí in the first semester of the year 2017. To carry out this research, we need a search for information on theses related to leather, website, market books, which helped to develop the theoretical framework. This I collaborate to realize the instrument to use in this case it was by

¹ Tania Karolina Peralta Pérez, estudiante egresado de la carrera de Mercadotecnia.

² Yasmina Ramírez Sobalvarro, tutora de tesis de la carrera de Mercadotecnia.

ARTICULO CIENTÍFICO

means of interviews directed to the company the cuao was made to the person In charge of the Mrs. Massiel Ordoñez, and the distributors who are the four owners of stores in the country, always dealing with the main objective of determining elements of innovation In the production and marketing of this company, through this instrument the information was obtained to respond to the problem and the objectives set out in this research.

Keywords

Investigation, information, production, commercialization, approach, footwear, leather.

ARTICULO CIENTÍFICO

INTRODUCCIÓN

En el entorno productivo mundial, la globalización ha sido un fenómeno acelerado que ha tenido una multitud de consecuencias e implicaciones para algunas regiones. Específicamente aquellas regiones que albergan industrias tradicionales de manufactura de bienes de consumo (tales como industria textil, vestido, cuero y calzado), han sufrido los efectos negativos de la apertura de fronteras desde hace muchos años.

El tratado de libre comercio con los Estados Unidos (TLC más conocido como DR- Cafta por sus siglas en inglés), ha sido el evento económico por excelencia de Centroamérica de los últimos años. Los países que se suscribieron al CAFTA incluyen a Guatemala, Honduras, El salvador, Nicaragua y Costa Rica.

El presente documento tiene el objetivo de determinar elementos de la innovación en la producción y comercialización, describir procesos productivos, identificar características que marcan la diferencia y proponer nuevas ideas de presentación dentro de calzado Bronson, para determinar las dificultades o problemas que esta presenta.

Con este trabajo se pretende conocer sobre los procesos productivos que se llevan a cabo en

la elaboración de los productos que confecciona calzado Bronson y así brindar respuesta a los objetivos planteados.

Estas microempresas están localizadas generalmente en ciudades con una larga tradición artesanal y en un país muy rico en recursos naturales: productos agropecuarios, madera, cuero, minerales; como es el caso de calzado Bronson que está ubicada en la ciudad de Condega al norte del país con 10 años de experiencia trabajando cuero- calzado, reconocido por su calidad en los productos de cuero que ellos confeccionan. El potencial de desarrollo de las MIPYMES industriales nicaragüenses reside en su elevado número de empresas y trabajadores activos.

Sin embargo, aunque su potencial parece prometedor, la realidad actual es menos alentadora, debido al bajo nivel de desarrollo que caracteriza a las MIPYMES nacionales.

Este sector necesita de políticas de fomento que mejoren su competitividad con las demás microempresas del país.

Esperando que esta investigación sea de ayuda para otros investigadores y les sirva de apoyo para futuras indagaciones.

MATERIALES Y METODOS

ARTICULO CIENTÍFICO

La muestra que se tomó para la realización de esta investigación fueron las cuatro entrevistas dirigidas a los revendedores de calzado bronson, siendo estos los intermediarios de esta empresa con los clientes, teniendo esta entrevista 7 preguntas específicas, las cuales fueron aplicadas a: Sr. Rubén Vizcaya, Sr. Nayo Morazán, Sr. Daniel Casco y Sr. José Ruiz. El tipo de investigación es de carácter cualitativo.

El tipo de estudio de esta empresa es cualitativo descriptivo porque se pretende determinar e identificar elementos de innovación que se utilizan en los procesos productivos desarrollados de calzado Bronson en el tiempo específico del primer semestre del año 2017. El universo de este estudio enfocado en los cuatro distribuidores que se encuentran ubicados en cuatro ciudades del país, las cuales son: Condega, Yali, Quilali, Managua, de la empresa de calzado Bronson ubicada en la ciudad de Condega, departamento Estelí, costado norte escuela samaritana 1 cuadra al este, ½ al norte.

El tipo de muestreo que se utilizó fue muestreo no probabilístico o por conveniencia, ya que los elementos son escogidos con base a la opinión del investigador y se desconoce la probabilidad que tiene cada elemento de ser elegido para la muestra.

RESULTADOS

1. Identificar características que marcan la diferencia de calzado bronson con la competencia.

Gráfico #1



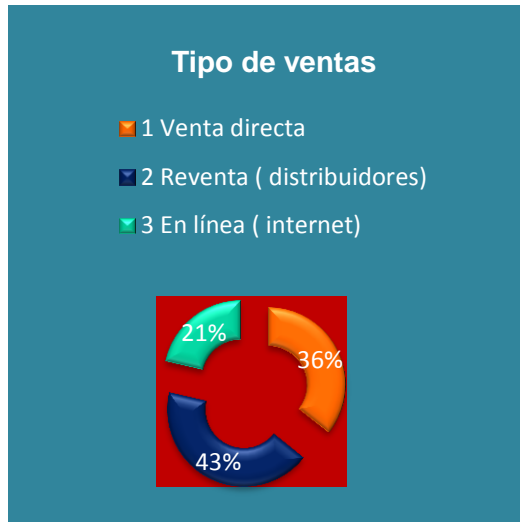
Según las respuestas a la entrevista aplicada, esta microempresa ha logrado un posicionamiento con dos características específicas, la calidad con un porcentaje del 60% y la innovación con porcentaje del 40%, cumpliéndose así un total del 100%.

Calzado bronson tienen siempre presente la calidad y la innovación que son dos cualidades sumamente importantes para los productos, porque la calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto de satisfacer necesidades implícitas o explícitas según muchos parámetros, un cumplimiento de requisitos de

ARTICULO CIENTÍFICO

calidades; y la innovación de un producto es uno de los elementos que se tiene en cuenta a la hora de tener éxito comercial, realizando introducción de nuevos productos o servicios en el mercado.

Gráfico #2



En calzado bronson existen tres maneras de comercializar la primera es venta directa con un 36%, la segunda reventa con 43% y la tercera es en línea con un 21% con un total de comercialización del 100%.

La empresa calzado Bronson tiene estos tres medios para hacer llegar sus productos a sus clientes, y que su marca sea reconocida, a nivel nacional e internacional, las ventas es el intercambio perfecto de interacción entre clientes futuras o mejor dicho clientes potenciales.

2. Describir procesos productivos realizados por calzado bronson.

Gráfico #3



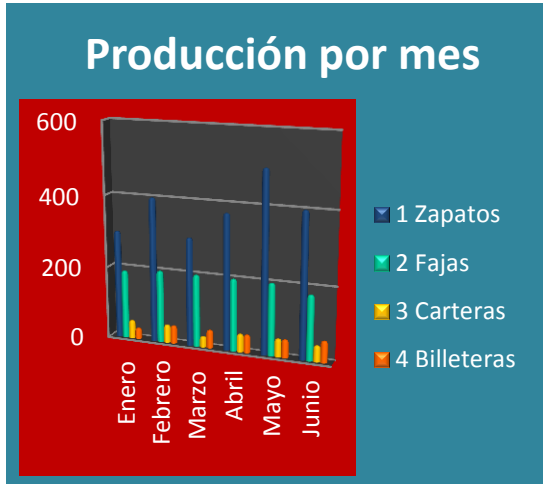
La microempresa calzado Bronson funciona con 18 trabajadores, pero estos están distribuidos de la siguiente manera hay 3 supervisores, 10 en el área de montado, hay 4 en alistado y 1 comprador. Todas estas personas trabajan en función de realizar los productos de cuero-calzado de la misma, de una manera organizada.

Los trabajadores de calzado Bronson son integrantes de la misma familia, trabajan todos juntos de una manera organizada, cada uno de ellos tiene una tarea específica para realizar y así en ese proceso le van dando

ARTICULO CIENTÍFICO

forma a la gama de productos que esta pequeña empresa ofrece al mercado.

Gráfico #4

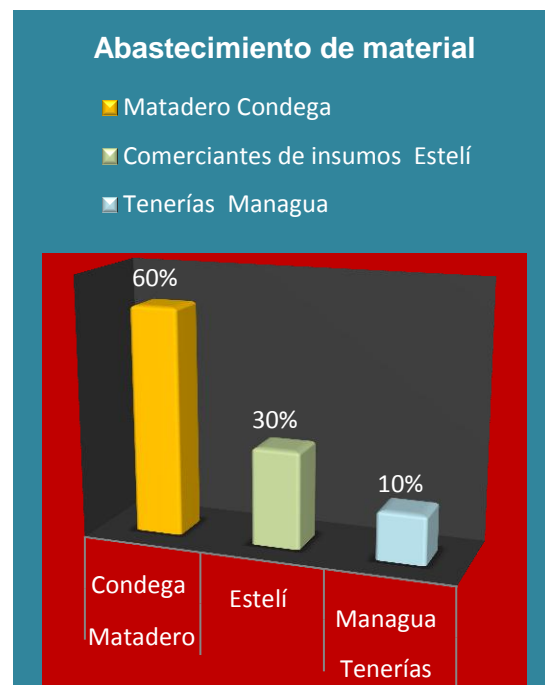


Estos datos son del primer semestre del presente año, ellos elaboran cuatro tipos de productos los cuales son: zapatos, fajas, carteras y billeteras, demostrándose así que la producción de **zapatos** Enero (300 pares), en Febrero (400 pares), en Marzo (300 pares), en Abril (375 pares), en Mayo (500 pares), y en Junio (400 pares) cabe mencionar es la más alta en los seis meses, seguido de las **fajas** en el mes de Enero fue de (190), Febrero de (200), Marzo de (200), en Abril (200), en Mayo (200), y en Junio fue de (180), luego las **carteras** en el primer mes Enero fue de (50 carteras), en Febrero de (50 carteras), en Marzo fue de (30 carteras), en Abril de (50), en Mayo de (50) y en Junio fue de (45 carteras) para damas, y por ultimo las **billeteras** iniciando Enero con (30), en Febrero con (50), en Marzo con

(50), en Abril con (50), en Mayo con (50), y en el mes de Junio se cerró el primer semestre con (60 billeteras), siendo así la producción de calzado Bronson.

La producción es la actividad que aporta valor agregado por creación o suministro de bienes y servicios, es decir consiste en la creación de productos o servicios que aporten algo a los clientes, por ejemplo satisfacer necesidades, o creando necesidades a través de los mismos, como lo hace calzado Bronson al darle transformación al cuero para obtener un producto terminado con nuevos colores, nuevos diseños, pero tratando siempre de mantener clientes satisfechos.

Gráfico #5



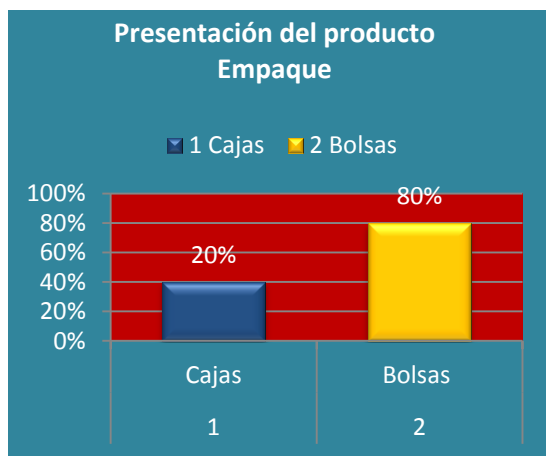
ARTICULO CIENTÍFICO

Calzado Bronson se abastece de tres lugares específicos: el matadero de Condega con un 60%, comerciantes de Estelí con un 30% y tenerías en Managua con el 10% para un 100% en su totalidad.

El abastecimiento de materia prima en la microempresa calzado Bronson es frecuente debido a las grandes cantidades de pedidos de sus clientes, por la misma razón esta microempresa realiza compras semanalmente, porque ellos tienen que cumplir con el suministro de estos productos en tiempo establecido.

3. Describir las técnicas que implementan para la innovación en la producción de calzado Bronson.

Gráfico #6



Calzado Bronson comercializa sus productos en cajas con un 20% y en bolsas con un 80%, y más en bolsas por que las cajas son escasas, ya

que las encargan fuera del país, pero todos los productos llevan sus respectivas etiquetas.

Las empresas generan más confianza para los clientes al ver los productos en sus respectivos empaques, el producto se presenta solo a los clientes, los productos de calzado Bronson son de buena calidad y muy cotizados.

COCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada y a los objetivos planteados, se presentan las siguientes conclusiones:

La microempresa calzado Bronson es reconocida por sus productos y también por la calidad de los mismos, cabe mencionar que se destacan por los largos años de trabajo dedicados a esta labor. Esta micro realiza cuatro tipos de productos, y entre los cuales está el producto que podría decirse es el más importante y son las famosas botas vaqueras, ya que por su demanda le han llevado al éxito alcanzado.

Las características que marcan la diferencia en calzado Bronson de la competencia son la calidad y la innovación, no obstante la larga trayectoria en este trabajo los hace meritorio de la confianza de sus clientes. La calidad se considera como un aspecto que le hace diferenciarse de la competencia, y les

ARTICULO CIENTÍFICO

abre camino a posibles clientes futuros.

Calzado Bronson cuenta con un reconocimiento en el mercado muy bueno con apoyo de las instituciones que ayudan a las MIPYMES, y se dan a conocer por medio de ferias y eventos donde conocen a sus clientes potenciales, también participan en diversas capacitaciones donde abarcan diferentes temas en función siempre de estas microempresas.

Esta microempresa comercializa sus productos a nivel nacional y fuera del país, pues, esta es una de las ventajas más competitivas con las que cuenta esta microempresa para estar presente en el mercado. Esta oportunidad también genera muchas posibilidades que abrirse a nuevos mercados porque ya su marca ha sido reconocida en cuatro países, planteándose nuevas estrategias de mercado podrían crecer en el número de exportación a más países.

Esta microempresa mantiene el sueño latente de crecer aún más haciendo extensiva sus ventas a otros países, pero de manera directa, ya que ellos piensan que esa oportunidad sería excelente para su microempresa, no solo generaría ganancias, sino también un mejor valor de sus productos.

La microempresa calzado Bronson, podría proponerse nuevas ideas de

penetración de mercados también dentro del país, introducirse a otras ciudades, pero aliarse de estudios convincentes que arrojen resultados reales.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por haberme permitido culminar una etapa más de mi vida, dándome las fuerzas para continuar y por no soltar mi mano estar ahí para mí siempre.

Agradezco mucho el apoyo y ardua enseñanza brindada por mi tutora, por su paciencia y su tiempo.

A mi madre, ella mi mejor amiga, mi apoyo incondicional, mi sostén de fortaleza para llegar donde estoy, a mis hermanos y a mi compañero de vida por estar también ahí para mí dándome ánimos de luchar siempre.

BIBLIOGRAFIA

(s.f.).

Aguilera, C., Centeno, M., & Jarquin, C. (2014). diseño de implementacion de un sistema contable en una mipyme. 9-12. Esteli.

Arias, A. S. (5 de enero de 2017). *economipedia*. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de *economipedia*.

ARTICULO CIENTÍFICO

- Arias, A. V. (30 de octubre de 2014). 85% de los empleos vienen del sector mipyme. *EL NUEVO DIARIO*.
- Arriaza, M. G. (3 de septiembre de 2012). *Mongrafias* . Recuperado el 20 de agosto de 2017, de Monografias .
- Balladares, Y., Centeno, L., & Garcia, L. (enero de 2015). orgsnizacion y desarrollo estrategico de las MIPYMES. esteli.
- Barber Kuri, C. M. (6 de julio de 2009). *Emprendedores*. Recuperado el 4 de noviembre de 2007, de Emprendedores .
- Briones, J. D. (2 de abril de 2014). Investigacion de mercados de exportacion . *Revista del forum de comercio internacional*.
- DefinicionABC, e. (2007). *DefinicionABC, economia, industria*. Recuperado el 3 de noviembre de 2017, de DefinicionABC, economia, industria: <https://www.definicionabc.com>
- Espinoza, R. (15 de septiembre de 2014). *puro marketing*. Recuperado el 13 de noviembre de 2017, de puro marketing.
- Franquesa, M. (9 de marzo de 2016). *Agroptima*. Recuperado el 5 de noviembre de 2017, de Agroptima: <https://groptima.com>
- Futuro, L. d. (2009). El suministro y el abastecimiento. *Blogspot*.
- Gamez, A. N. (1 de 3 de 2004). *Revista de educacion*. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de Revista de educacion.
- Lahoz, J. F. (2005). el regimen especial de trabajadores . En J. F. Lahoz, *El regimen especial de trabjadores autonomos: teoria (doctrina) y practica*. valencia.
- Lorette, K. (2 de febrero de 2017). *La voz de Houston* . Recuperado el 8 de noviembre de 2017, de La voz de Houston.
- Ludewing, D. C. (2012). Universo y muestra . *Salud social*, 1-16.
- Martha, I. F. (enero de 2005). *evolucion 20*. Recuperado el 15 de mayo de 2017, de evolucion 20.
- MIFIC, 2. (8 de septiembre de 2007). *memoria* . Recuperado el 4 de noviembre de 2017, de memoria : www.mific.gob.ni
- Minayo, M. C. (2010). Los conceptos estructurantes de la investigacion cualitativa. *Salud colectiva*.
- Ministerio de foment, i. y. (2010). *situacion y perspectivas de la industria del cuero y calzado en nicaragua*.
- Navarro, R. E. (2015). El rendimiento academico: Concepto, investigacion y desarrollo. *REICE, Electronica Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educacion*.
- Norma, M. G. (2014). analisis subsectorial en la rama cuero/ calzado de nicaragua. En M. D. Parrili, *cuadernos de investigacion 14* (Vol. 14). managua, nicaragua .

ARTICULO CIENTÍFICO

Parrili, M. D. (25 de septiembre de 2015). La economía de las pequeñas y medianas industrias en Nicaragua. *Encuentro50*, 16.

prensa, L. (19 de Noviembre de 2010). Nicaragua a flor de piel. *La prensa*.

Ruiz, A. C. (5 de Agosto de 2008). *GestioPolis*. Recuperado el 20 de octubre de 2017, de GestioPolis: <https://www.gestiopolis.com>

Ruiz, S. (2014). La narrativa trasmedia para la representación de la realidad. *periodismo* .

Valiente, J. D. (2010). Exportación e importación en las empresas. *vinculando*.

Vargas Zuñiga, F. (2006). De las virtudes laborales a las competencias claves: un nuevo concepto para nuevas demandas. *Revista Politecnica*, 13-26.

venemedia. (22 de septiembre de 2011). *venemedia*. Recuperado el 4 de noviembre de 2017, de venemedia.