

Factores socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí en el periodo 2023

Socioeconomic factors that influence the competitive advantages of MSMEs in the leather and footwear sector in the city of Estelí in the period 2023

María Guadalupe Pozo Desalles ¹

guadadesayes584@gmail.com

Gisell Guadalupe García Bautista²

giselleggarcia07@gmail.com

Lidia Nazareth González Blandón³

glidianazareth@gmail.com

Samaria Ilú Alonso Valenzuela⁴

salonso@unan.edu.ni

RESUMEN

La presente investigación analiza los factores socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí en el año 2023, estas empresas enfrentan varios desafíos para competir en los mercados, las MiPymes del sector cuero y calzado pueden enfrentar varios desafíos, algunos de ellos incluyen la competencia con grandes empresas, la falta de acceso a financiamiento, la necesidad de mejorar la calidad y diseño de sus productos, y la adaptación a las nuevas tendencias y tecnologías. Para dar salida a esta investigación se describe la situación actual del sector cuero y calzado, así como Identificar los elementos socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES y proponer estrategias económicas y empresariales que aporten a la mejora de la competitividad del sector. Entre los principales resultados se encuentran que en la situación actual del sector se pueden encontrar varios talleres dedicados a la producción de calzado y artículos de cuero, de igual forma la competencia que existe con otros locales que comercializan productos extranjeros. Los elementos que determinan las

¹ Egresada de la carrera de Economía. UNAN-Managua/FAREM-Estelí

² Egresada de la carrera de Economía. UNAN-Managua/FAREM-Estelí

³ Egresado de la carrera de Economía. UNAN-Managua/FAREM-Estelí

⁴ Profesor Titular de la UNAN-Managua/FAREM-Estelí. Master en Gestión, Calidad y Sostenibilidad de MIPYMES

ventajas competitivas del sector cuero, incluyendo materiales utilizados, innovación, diseño y tecnología sin olvidar la capacidad de las tendencias del mercado. Las estrategias económicas y empresariales que se deben tomar en cuenta son estrategias que aporten a la mejora de la competitividad del sector, de manera general acceso a financiamiento, capacitación en gestión financiera, fomentó de la exportación y no menos importante la inversión en la tecnología.

Palabras claves: sector cuero y calzado, MiPymes, competitividad.

ABSTRACT

The research focuses on micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the leather and footwear sector in the city of Estelí in 2023, with an applied and quantitative approach. The aim is to identify the competitive advantages of these businesses through the collection of socioeconomic data. Factors such as industry competition, entry barriers, and substitute products are analyzed. Convenience sampling was used to survey workshop owners and consumers. The research is structured into several chapters, including theoretical framework, hypotheses, methodological design, and analysis of results. The importance of understanding the factors influencing the competitiveness of MSMEs in the leather and footwear sector is emphasized in order to contribute to the development of this sector.

KEYWORDS: leather sector, Mipymes, competitiveness

INTRODUCCIÓN

El crecimiento y desarrollo de las MIPYMES, constituye una base fundamental para impulsar la economía local y generar empleo. Estas empresas son de tamaño pequeño o mediano que se dedican a la producción y comercialización de productos relacionados con el cuero. Estas empresas son un eje clave en la investigación de la industria del cuero y calzado, representan una parte importante del sector y tienen características particulares que influyen en su competitividad.

La industria manufacturera, del sector cuero, tapicería y calzado representan mercados con altos niveles de exportación en Nicaragua, dinamizando la actividad económica de los talleres y pequeños negocios, generando empleos para las familias. (Cespedes, 2022)

Las PYMES constituyen el 99,5% de las empresas de la región (casi 9 de cada 10 son microempresas) y generan el 60% del empleo productivo formal. las PYMES latinoamericanas presentan una brecha de productividad particularmente significativa, ya que son responsables de solo una cuarta parte del valor total de la producción de la región (The OECD and latin & the Caribben).

El sector calzado es una industria muy diversificada que abarca una gran variedad de materiales (tela, plástico, caucho y cuero) y productos, desde los tipos generales de calzado para hombre, mujer y niños hasta productos más especializados, como botas para practicar snowboard, calzado médico, calzado para diabéticos y calzado de protección (Economía, 25)

Al enfocarse en el sector, se pueden explorar aspectos como la producción de cuero, la fabricación de calzado, las tendencias de diseño y moda, la sostenibilidad y la innovación en materiales y técnicas de producción.

La Cámara de Cuero y Calzado Nicaragüense (Cancunic), afirma que la escasez de materia prima por acaparamiento de comerciantes nacionales año 2020, golpeó seriamente al sector desde el mes de febrero, lo que obligo a aplicar un aumento del precio del calzado en 40% a lo largo del año, y una caída de un 25% en las exportaciones acumuladas al cierre de año 2020 según lo que estima el sector cuero y calzado de Nicaragua producto de la pandemia del coronavirus. (prensa, 2020)

Resolver los desafíos que enfrenta este sector es de importancia para el bienestar de la tanto de la industria como de la ciudad, es importante brindarles apoyo en áreas como capacitación, acceso a financiamiento, promoción de sus productos y acceso a mercados internacionales. Además, fomentar la innovación y la colaboración entre las empresas del sector puede ser clave para su crecimiento.

La presente investigación determina la situación actual del sector cuero y calzado, con respecto a las ventajas competitivas que presentan las MiPymes de este sector, se busca con dicha investigación analizar los factores socioeconómicos que influyen en las ventajas

competitivas, así como también identificar los elementos socioeconómicos, de esta manera proponer alternativas y estrategias que aporten mejora y la implementación de estas.

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás (Arias, 2020)

La problemática del sector cuero y alzado puede ser variada, debido a la falta de materia prima, tecnología moderna, necesidad de mejorar la calidad y diseño de los productos y por supuesto la competencia de productos importados. Es importante tener en cuenta los desafíos que presenta este sector, porque nos permite identificar los obstáculos y desafíos a los que se enfrenta la industria, al comprender estas situaciones podemos buscar soluciones para la mejora de la competitividad del sector.

La investigación realizada en el contexto descrito se clasifica como una investigación aplicada con un enfoque cuantitativo. Este tipo de investigación se centra en la aplicación práctica del conocimiento teórico para resolver problemas concretos en un contexto específico. En este caso, se busca identificar y analizar las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector cuero y calzado en la ciudad de Estelí en el año 2023.

El enfoque cuantitativo implica la recolección de datos numéricos para probar hipótesis y establecer patrones de comportamiento a través del análisis estadístico (Ortega, 2024) . En este estudio, se utilizan encuestas como instrumento de recolección de datos para obtener información de propietarios de talleres y consumidores, permitiendo comparar distintas variables relevantes y determinar los factores que pueden brindar una ventaja competitiva a cada MIPYME encuestada.

A partir de los instrumentos aplicados se concluyó a través del análisis de datos recopilados de propietarios de MIPYMES y consumidores, se ha logrado obtener información valiosa sobre las ventajas competitivas y desafíos que enfrentan estas empresas. Se ha evidenciado que la escasez de materia prima, en particular de cuero, ha impactado negativamente en la producción y comercialización de calzado en Nicaragua, afectando la viabilidad económica de los productores locales.

Las recomendaciones propuestas, tanto a nivel individual como gubernamental, buscan impulsar el desarrollo y la competitividad del sector cuero y calzado. Apoyar a los emprendedores locales, fomentar el conocimiento sobre la industria local, participar en eventos y ferias locales, así como implementar estrategias de apoyo financiero e infraestructura por parte de los gobiernos locales, son algunas de las acciones sugeridas para fortalecer este sector. Estas se utilizan para alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos. Simplificando, una estrategia es el camino a seguir para alcanzar ciertas metas (Westreicher, 2024)

MATERIALES Y MÉTODOS

Los métodos de investigación son procedimientos a seguir de manera sistemática, racional y objetiva para hallar el conocimiento dentro de un campo de estudio concreto (Editorial, 2024)

En el desarrollo de la investigación sobre las MIPYMES del sector cuero y calzado en la ciudad de Estelí durante el año 2023, se utilizaron diversos materiales y métodos para recopilar y analizar la información relevante, esta investigación aplicada con enfoque cuantitativo es fundamental para identificar oportunidades de mejora en el sector de cuero y calzado, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de la región y proporcionando resultados concretos que puedan ser aplicados en la práctica para fortalecer la competitividad de las empresas en este sector.

El propósito de la investigación realizada en el sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí durante el año 2023 es identificar y analizar las ventajas competitivas de las MIPYMES de este sector. La investigación se enmarca en un enfoque aplicado con un enfoque cuantitativo, con el objetivo de generar nuevo conocimiento comprobado en el área de estudio.

El estudio se centra en la identificación de factores socioeconómicos que influyen en la competitividad de las MIPYMES del sector cuero y calzado, con el fin de comprender la situación actual del sector y proponer estrategias que mejoren la competitividad de las empresas en este rubro.

La población estudiada en la investigación sobre los factores socioeconómicos que influyen en la competitividad de las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí en el periodo 2023 incluye dos grupos principales:

Propietarios de MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí:

Este grupo representa a los empresarios y emprendedores que dirigen pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos de cuero y calzado en la ciudad de Estelí. Se busca obtener información directa de estos propietarios para analizar las ventajas competitivas de sus negocios.

Población en general de la ciudad de Estelí:

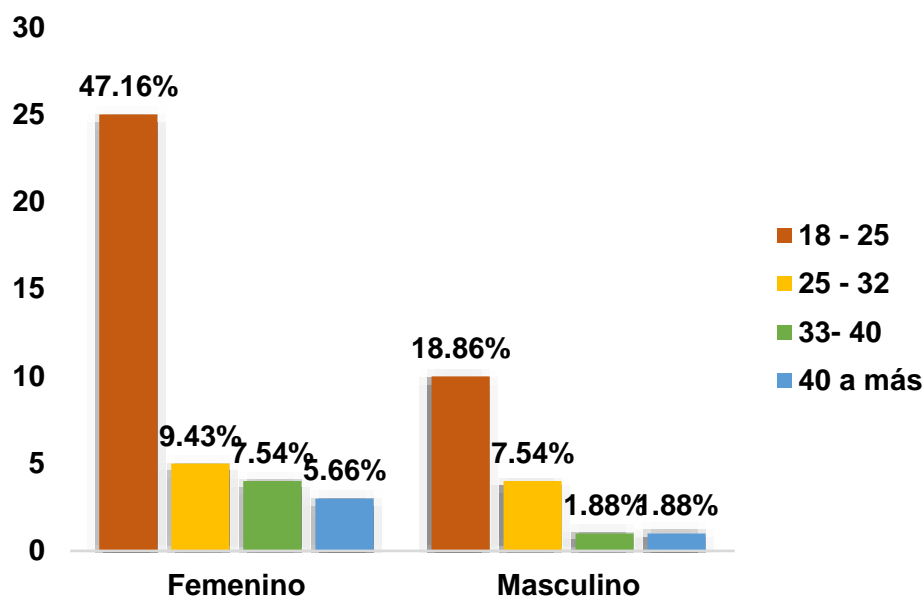
Este grupo abarca a aproximadamente 129,600 habitantes de la ciudad de Estelí. Se considera relevante incluir a la población en general para comprender la aceptación, preferencia de productos de cuero y calzado en la ciudad, y el impacto que estos emprendimientos tienen en la comunidad y en las familias consumidoras.

La investigación se enfoca en obtener datos precisos y representativos de ambos grupos de población para analizar los factores que influyen en la competitividad del sector cuero y calzado en Estelí. La muestra seleccionada de 10 propietarios de MIPYMES del sector cuero y calzado que operan en la zona central del departamento se considera representativa de la población estudiada y permitirá obtener información relevante para el análisis de la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la investigación sobre los factores socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí en el periodo 2023, se llevaron a cabo diversas etapas que permitieron recopilar información valiosa y analizar los resultados obtenidos a través de encuestas dirigidas a propietarios de negocios y consumidores del sector.

Gráfico No. 1 Edad y sexo



Fuente: Elaboración propia

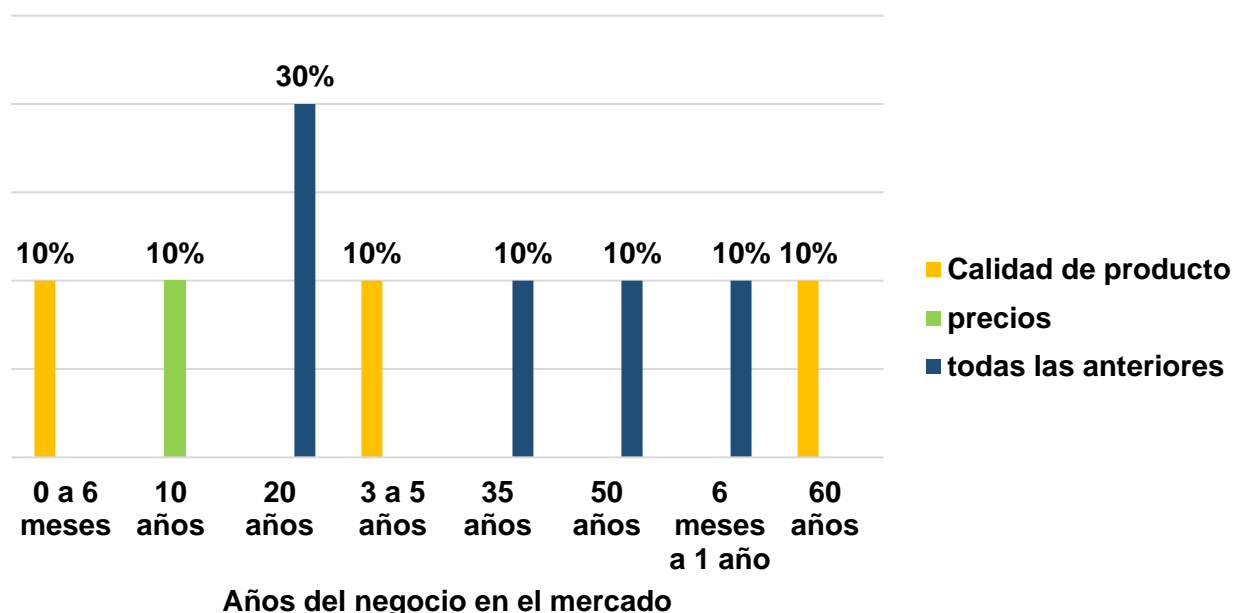
La encuesta realizada a 53 personas de la ciudad de Estelí en donde se les pregunto por su edad y sexo, siendo en un 69.79% mujeres de todas las que estuvieron dispuestas a contestar la encuesta, en donde sobresalen en un 47.16% mujeres jóvenes de entre 18-25 años, y siendo en un menor porcentaje el género masculino con un 30.21%.

Situación actual del sector cuero y calzado

- Actualmente, el sector cuero y calzado se encuentra en una posición en donde las ventas de sus productos se encuentran sujetas a los diferentes factores que la sociedad tiene establecidos para adquirir cualquier producto que se encuentra en el mercado, lo cual los motiva a implementar métodos o estrategias que beneficien tanto al consumidor como al propio negocio. Sin embargo, cada negocio tiene establecidos ciertos factores que deben de tener en cuenta para que su negocio funcione adecuadamente como son, los costos de producción, la capacidad que tienen para producir en un determinado tiempo, el uso de material de calidad y la mano de obra requerida para cada actividad.

En el siguiente gráfico se muestran los resultados de la encuesta realizada a 10 dueños de MIPYMES del sector cuero y calzado de la ciudad de Estelí, de los cuales el 30% tienen como objetivo trabajar para los clientes desee regresar por el buen trabajo y la excelente calidad con la que se entrega cada producto, el 10% se enfoca más en dar al consumidor buenos precios y el 60% siendo su mayoría implementan la calidad y los buenos precios.

Gráfico No. 2 Estrategias y años en el mercado

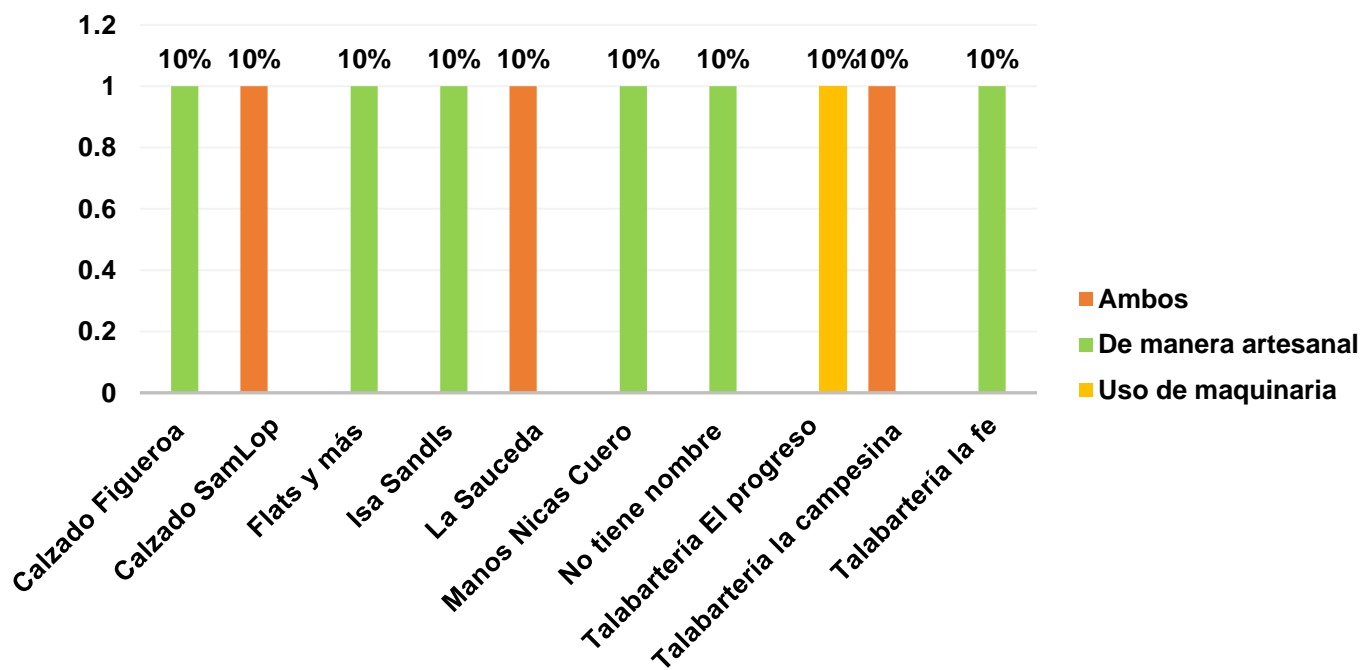


Fuente: Elaboración propia

- Los métodos que se utilizan para la transformación de la materia prima tienen un papel de importancia durante todo el proceso, ya que, actúan como una guía para el proceso de transformación, la mayoría de los encuestados tienen laborado dentro del mercado entre los 10 a 60 años, en donde la trayectoria dentro del rubro ha hecho que se especialicen en hacer sus productos totalmente a mano, teniendo como único artefacto tecnológico la máquina de coser.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a 10 dueños de MIPYMES en donde el 60% de los encuestados ha optado por hacer sus productos de manera artesanal, el 10% hace uso de maquinaria como, cortadora de cuero, máquina de coser eléctrica etc., y el 30% ha optado por hacer uso de ambos métodos de transformación

Gráfico No. 3 Métodos de Transformación

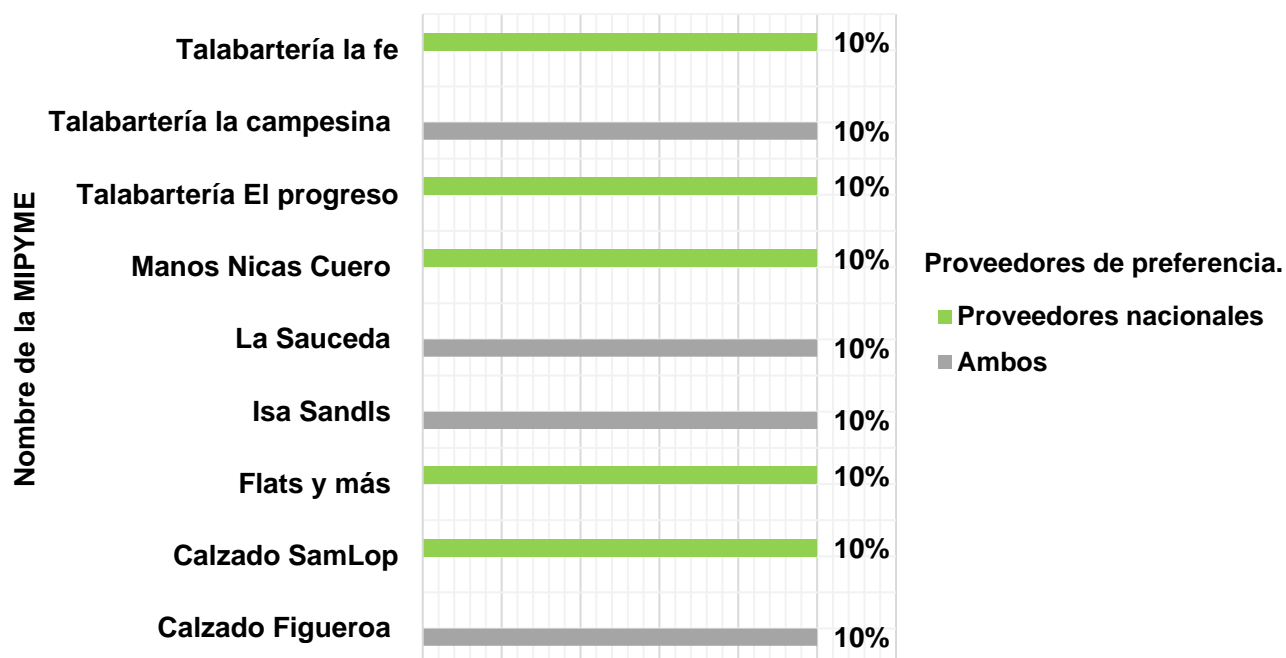


Fuente: Elaboración propia

- La preferencia de las MIPYMES encuestadas hacia proveedores de cuero nacionales puede estar respaldada por diferentes factores que de alguna u otra manera impactan de gran forma a nivel económico o estratégico. Uno de ellos es la ubicación geográfica debido a que los costos de traslado de lugares como Masaya, León o Condega, que son las grandes tenerías del país son menores que cuando se cotiza en el extranjero, además de que el tiempo de entrega es menor, son factores que suelen beneficiar a los proveedores nacionales.

El 50% de los 10 dueños de negocios encuestados tienen como preferencia a los proveedores nacionales para comprar la materia prima para sus negocios, el 40% tiende a comprar su materia prima tanto a proveedores nacionales como internacionales y hay un 10% que decidió no contestar esta pregunta.

Gráfico No. 1 Proveedores



Fuente: Elaboración propia

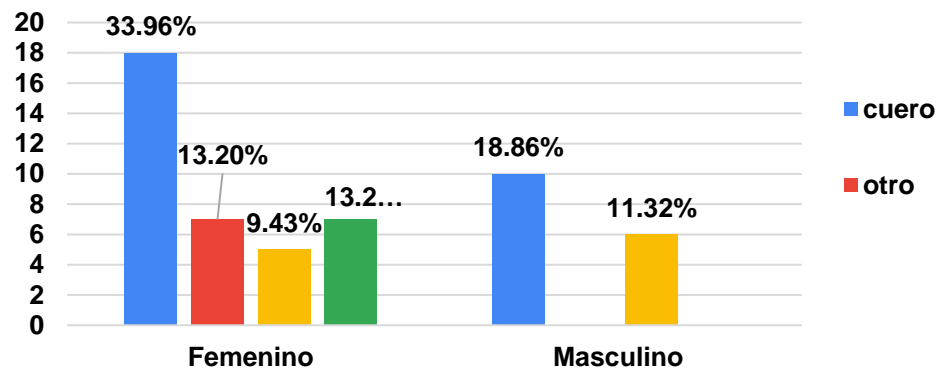
Elementos socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector.

En el entorno dinámico de las MIPYMES del sector cuero y calzado, diversos factores sociales y económicos desempeñan un papel crucial en su competitividad, desde el nivel de ingresos de los consumidores, demanda del mercado, las tendencias en el mercado y preferencias del consumidor, todos estos elementos son parte importante para el desarrollo del panorama en el que operan las MIPYMES de este sector.

Para el análisis del sector en estudio debemos de tomar en cuenta las preferencias de los consumidores potenciales de este sector, en el gráfico que se muestra a continuación se puede observar que el 33.96% que son mujeres y 18.86% que son hombre prefieren adquirir productos de cuero genuino esto puede ser por factores como la calidad y durabilidad que tienen el calzado al ser de pieles genuinas, el 11.32% y 9.43% entre hombres y mujeres prefiere material sintético esta decisión puede depender de que el calzado elaborado con este material tiene un precio más accesible.

Gráfico No. 5 Preferencia de material

Fuente: Elaboración propia

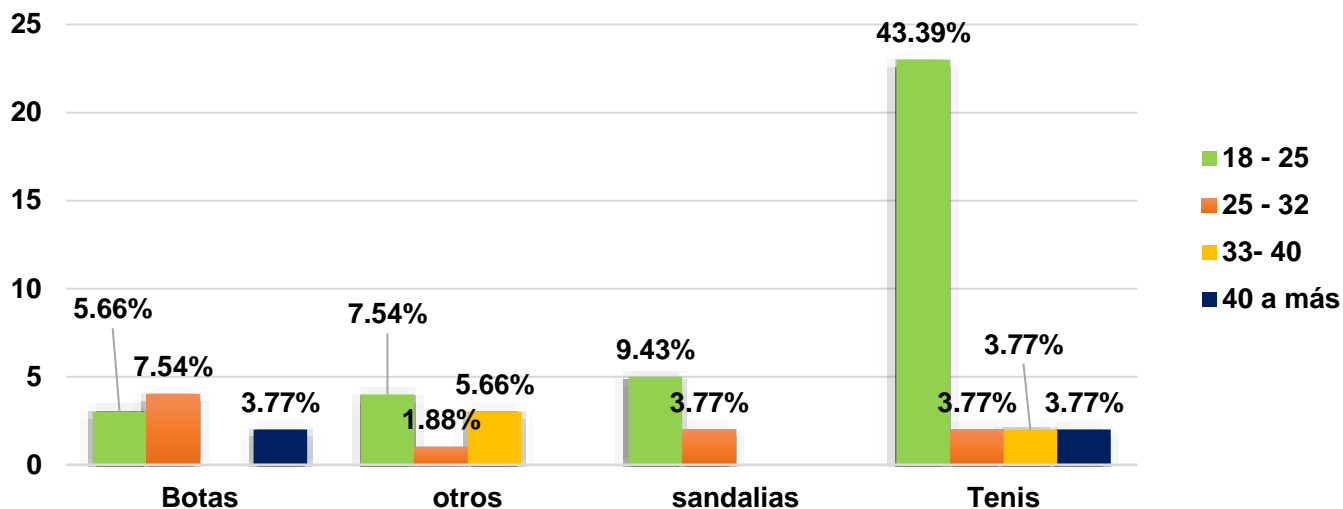


- En la siguiente figura se representa la relación entre la edad de los consumidores y su preferencia en el calzado de uso diario. Este cruce revela resultados significativos sobre como los gustos varían entre los distintos grupos de edad, se puede notar que de 53 consumidores encuestados en donde el 43.39% de ellos oscilan entre las edades de 18 a 25 años y usan de manera cotidiana calzado deportivo y estilos informales para sentir más comodidad.

A medida que el rango de edad del encuestado aumenta, se nota como tiende a inclinar su preferencia a estilos más clásicos y variados dependiendo de sus actividades u ocupaciones.

Las preferencias de calzado según las edades también varían en dependencia a factores sociales como, lo que está en tendencia, la ubicación geográfica en donde vive, o simplemente comodidad.

Gráfico No. 6 Preferencia de calzado según las edades

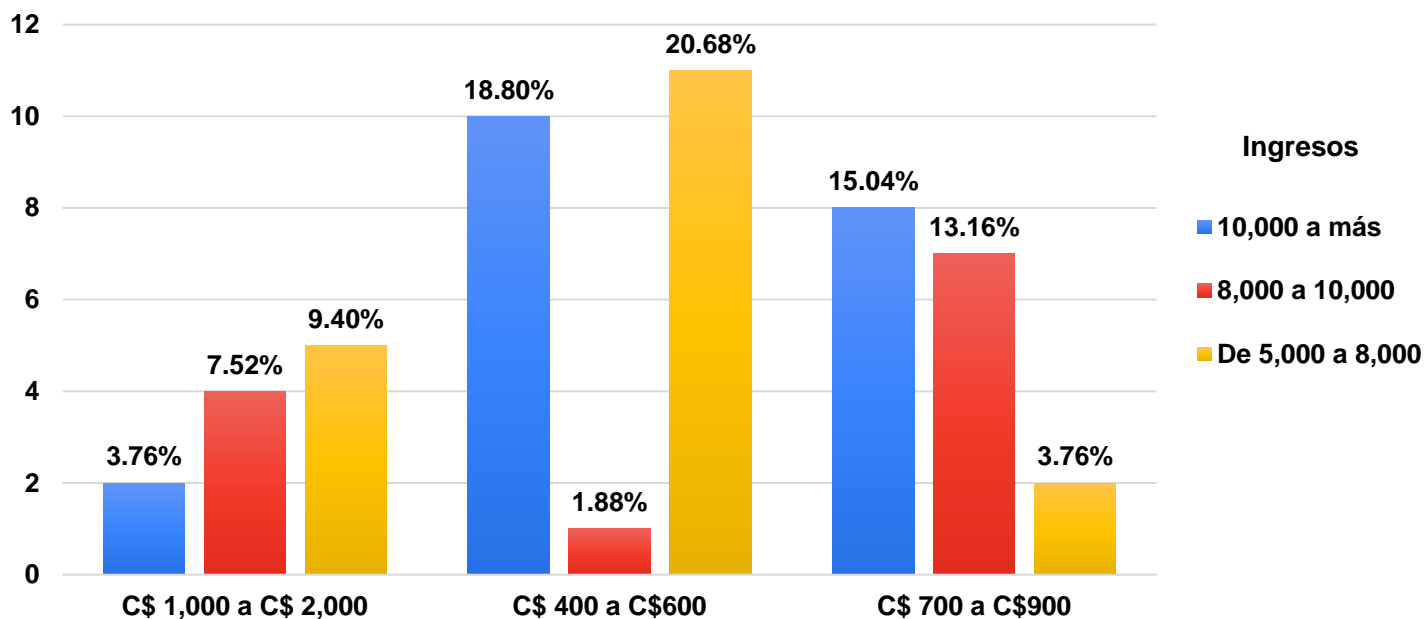


Fuente: Elaboración propia

- El poder adquisitivo de una persona es un factor importante a considerar al momento de comprar algún bien o servicio, en este caso sería al momento de comprar algún accesorio elaborado con cuero, ya que, son artículos que tienen un precio más alto debido al material, tiempo y dificultad al momento de elaborarlo.

De acuerdo a la recolección de datos realizada, las personas encuestadas tienen ingresos desde C\$ 5,000 córdobas a más, en donde el 41.36% personas estarían dispuestas a pagar una cantidad de C\$400 a C\$600 por los diferentes accesorios que ofrecen las MIPYMES de cuero en la ciudad y la minoría que es de 20.68% personas pagarían un valor más alto por estos mismos accesorios, todo va en dependencia de gustos, diseños y precio de los negocios ofrecen al consumidor.

Gráfico No. 7 Poder adquisitivo



Fuente: Elaboración propia

Ventajas competitivas de las MIPYMES del cuero y calzado a través del diamante de Porter

En el ambiente empresarial de las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del sector cuero y calzado, la competitividad emerge como un factor crucial para determinar su posición en un mercado dinámico. La aplicación del modelo del diamante de Porter se revela como una herramienta de análisis, permitiendo ver los factores sociales y económicos que influyen de manera directa en la competitividad de las MIPYMES pertenecientes a este sector.

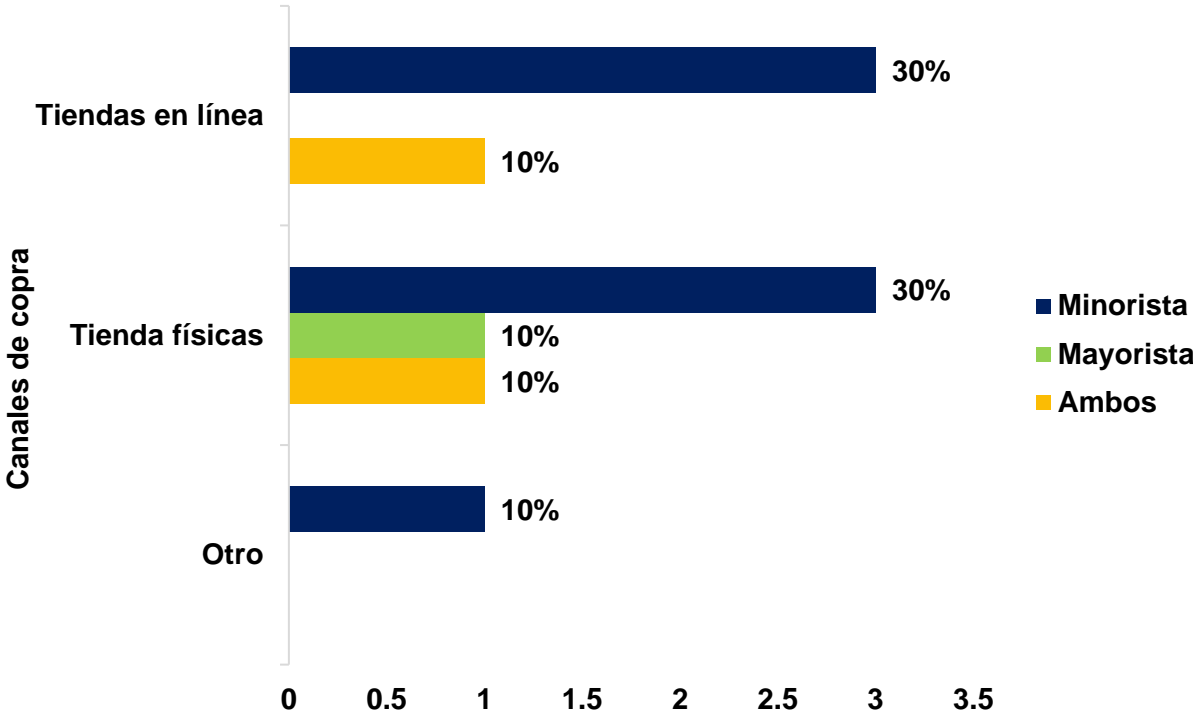
En la actualidad, la dinámica comercial experimenta una transformación notable, en donde los canales de distribución y los canales de compra juegan un papel fundamental en la dinámica comercial.

El gráfico que se presenta a continuación es un cruce de variables en donde el dueño de MIPYME hace uso de su tienda física para distribuir su producto al por menor, y teniendo una respuesta compartida entre consumidores que el 30% tienden a hacer sus compras en tiendas en línea, esto puede ser por diferentes motivos, por comodidad, por conveniencia, no

sentirse comprometidos a comprar o porque en este tipo de tiendas no hay un horario establecido para dejar de explorar por los diferentes artículos.

Pero por el otro lado están el otro 30% que hace sus compras mayormente en tiendas físicas, en donde existe una experiencia totalmente diferente como, el poder probarse cada producto, poder mirarlo y examinarlo a detalle y de ahí tomar la decisión si comprarlo o no, también las tiendas físicas brindan asesoramiento, resuelve dudas y dan recomendaciones de lo que conviene y lo que no dependiendo de lo que buscan.

Gráfico No. 8 Canales de distribución

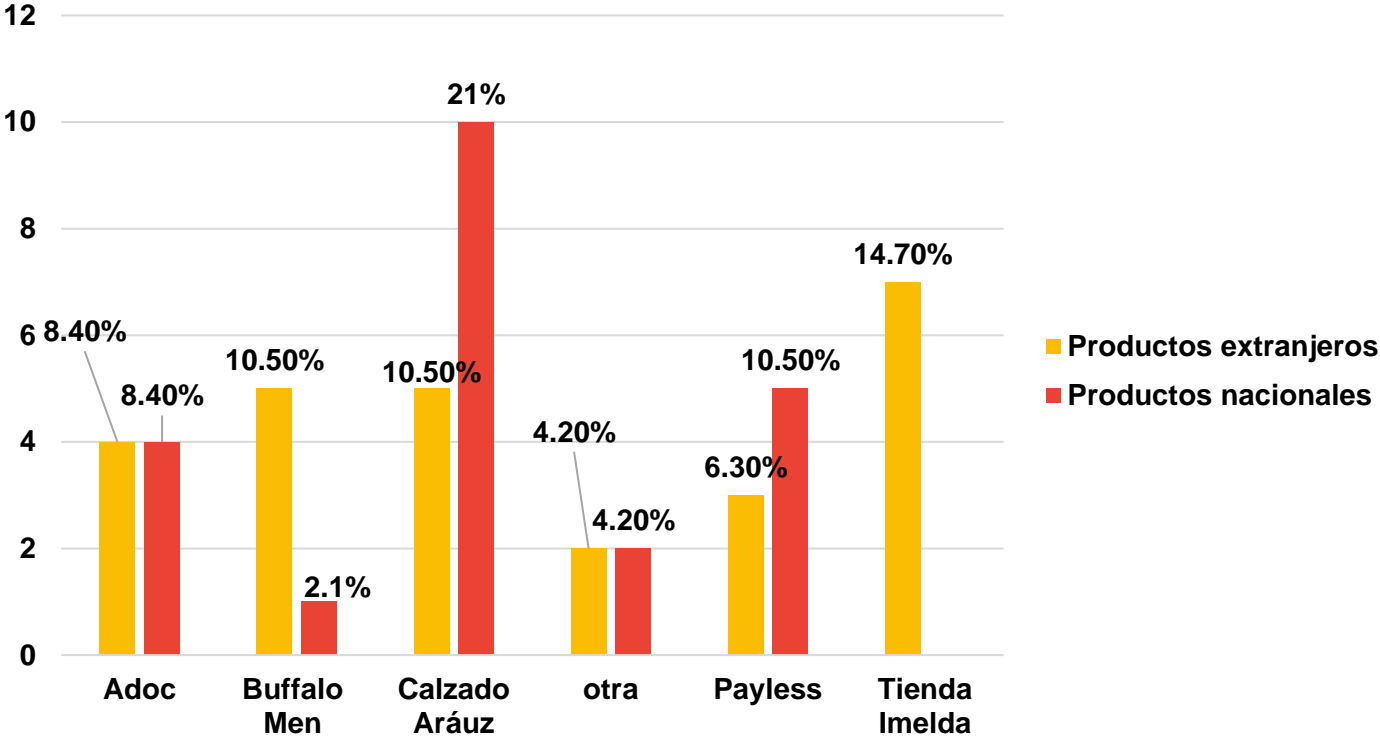


Fuente: Elaboración propia

En toda la ciudad de Estelí se encuentran establecidos alrededor de 35 talleres que trabajan en la transformación del cuero según la demanda que exista en el mercado. En el grafico que se presenta a continuación revela los resultados de la encuesta realizada a 53 consumidores de la ciudad a los cuales se les pregunto si tenían afinidad por productos de cuero de carácter nacional o internacional y a donde prefería hacer sus compras de este tipo de productos, en

donde el 54.6% tuvo afinidad por los productos extranjeros y la mayoría haría sus compras en tiendas de renombre y no en talleres locales.

Gráfico No. 9 Preferencias al comprar



Fuente: Elaboración propia

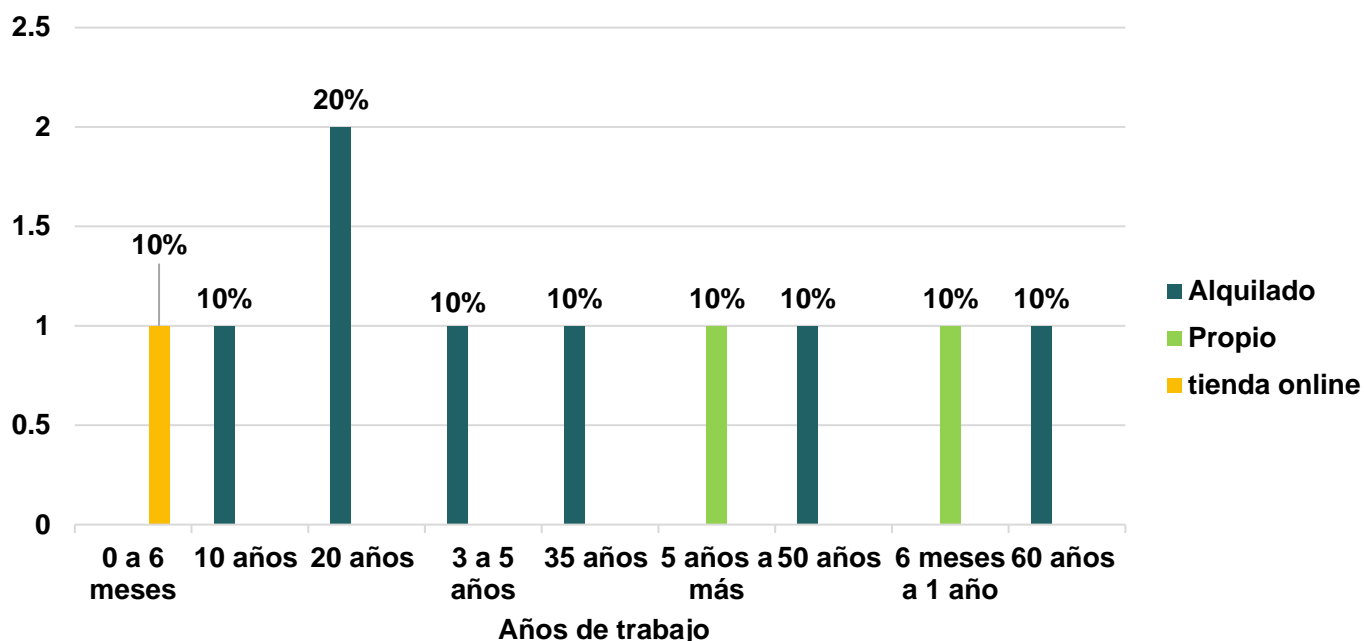
- En el siguiente grafico se muestran un cruce de variables como, los años de la MIPYME laborando dentro del sector y el estado de la propiedad en donde se encuentran establecidos, obteniendo los siguientes resultados.

En donde el 20% cuenta con un local propio en donde desarrolla sus labores, en donde no tienen una obligación directa de gastos por alquiler, el 10% es una tienda online, que significa que solo trabajan de acuerdo a pedidos de su clientela y no cuentan con un local físico a donde el cliente pueda visitar y ver sus productos.

El 30% antes mencionado tiene un promedio de estar laborando dentro del sector de 6 meses a 5 años, el 70% restante son MIPYMES que traen una trayectoria de entre 10 a 60 años en donde de acuerdo a experiencia contadas por algunos encuestados han optado por tener sus

negocios en locales alquilados en las avenidas centrales de la ciudad de Estelí debido a que son puntos bastante accesibles y concurridos por clientes potenciales de sus productos.

Gráfico No. 10 Infraestructura



Fuente: Elaboración propia

- Sin embargo, la falta de propiedad de un local puede tener varias implicaciones para una MIPYME como los costos recurrentes de alquiler, factor que puede afectar el flujo de efectivo y limitar la cantidad de recursos disponibles, también puede generar incertidumbre sobre la estabilidad a largo plazo, ya que, la MIPYME está sujeta a cambios en los términos de alquiler y posibles aumentos de costos.

ESTRATEGIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES QUE APORTEN A LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR

Acceso a financiamiento.

Objetivo: Asegurar los recursos para llevar a cabo proyectos y alcanzar metas financieras.

Acciones: Las instituciones financieras pueden ofrecer préstamos y líneas de crédito especiales para emprendedores y empresas del rubro del cuero y calzado. Esto les permitirá invertir en maquinaria, materiales y capacitación.

Capacitación en gestión financiera.

Objetivo: Brindar a los empleados las habilidades y conocimientos necesarios para tomar decisiones financieras y solidas efectivas para la empresa.

Acciones: Las instituciones educativas y organizaciones especializadas pueden ofrecer programas de capacitación en gestión financiera para emprendedores y empresarios del rubro. Esto ayudará a mejorar la administración de los recursos financieros y optimizar los resultados.

Fomento de la exportación:

Objetivo: Promover y facilitar la venta de productos o servicios en mercados internacionales.

Acciones: Las instituciones financieras y el gobierno pueden brindar apoyo financiero y asesoramiento a las empresas del rubro del cuero y calzado que deseen expandirse a mercados internacionales. Esto incluye financiamiento para participar en ferias internacionales, establecer alianzas comerciales y cumplir con los requisitos de exportación.

Inversión en tecnología:

Objetivo: Identificar y adquirir las herramientas y soluciones tecnológicas para optimizar los procesos, aumentar la productividad, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente.

Acciones: Las instituciones financieras pueden promover la inversión en tecnología y maquinaria moderna para mejorar la productividad y la calidad de los productos del rubro del cuero y calzado. Esto puede incluir líneas de crédito especiales para la adquisición de equipos y la implementación de procesos más eficiente.

CONCLUSIONES

En el estudio realizado sobre los factores socioeconómicos que influyen en las ventajas competitivas de las MIPYMES del sector cuero y calzado en la ciudad de Estelí durante el periodo 2023, se han obtenido conclusiones significativas que arrojan luz sobre la situación actual y las posibles estrategias de mejora para este sector clave de la economía local.

- Situación del Sector Cuero y Calzado en Estelí:

El sector cuero y calzado en la ciudad de Estelí es una industria importante, con varios talleres dedicados a la producción de calzado y artículos de cuero. Sin embargo, enfrenta competencia de productos extranjeros y locales de renombre, lo que representa un desafío para las MIPYMES locales.

- Ventajas Competitivas del Sector Cuero y Calzado:

Se identificaron diversas ventajas competitivas en las MIPYMES del sector, como la calidad de los productos, la innovación en diseño y tecnología, la eficiencia en los procesos de producción y la capacidad de ofrecer productos diferenciados y de calidad. Estas ventajas son clave para destacarse en un mercado competitivo.

- Estrategias de Mejora y Recomendaciones:

Se proponen diversas estrategias para mejorar la competitividad del sector cuero y calzado, como apoyar a los emprendedores locales, fomentar el conocimiento sobre la industria local, compartir productos locales en redes sociales, participar en ferias y eventos locales, y promover la inversión en tecnología para optimizar procesos y mejorar la calidad de los productos.

Bibliografía

- Arias, A. S. (2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Cespedes, N. (15 de Agosto de 2022). *MEFCCA*. Obtenido de <https://www.economiafamiliar.gob.ni/websitemefcca-mvc/noticia-diseanos-innovacion-calidad-transformando-industria-calzado-marroquineraia/640>
- Economia, S. d. (25 de Mayo de 25). *Gobierno de Mexico*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-mas-sobre-la-industria-del-calzado/#:~:text=El%20sector%20calzado%20es%20una,m%C3%A9dico%20calzado%20para%20diab%C3%A9ticos%20y>
- Editorial, E. (09 de febrero de 2024). *Enciclopedia, Significados* . Obtenido de <https://www.significados.com/metodos-de-investigacion>
- Ortega, C. (2024). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/>
- prensa, L. (2020). *La prensa*. Obtenido de <https://www.laprensani.com/2020/10/05/economia/2729383-pandemia-afectofuertemente-los-talleres-de-calzado-en-nicaragua>
- The OECD and latin & the Caribben*. (s.f.). Obtenido de <https://www.oecd.org/latin-america/regional-programme/productivity/sme-development/>
- Westreicher, G. (2024). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>