



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí**

**Innovación en el proceso productivo para la comercialización de calzado  
Bronson en el municipio de Condega, primer semestre 2016**

**Trabajo de seminario de graduación para optar**

Al grado de

**Licenciado, en Administración de Empresas**

**Autores**

Castillo Dávila Maryuri Arelys

Andino Matute Joel Alonso

Pineda Castellón Carlos Alfredo

**Tutores**

MSc. Flor Idalia Lanuza

MSc. Alberto Sevilla

Estelí, 16 de diciembre 2017.

**Innovación en el proceso productivo para la comercialización de Calzado  
Bronson en el municipio de Condega**

Innovation in the production process for the marketing of Bronson Shoes in the  
municipality of Condega

**Autores:**

**Castillo Dávila Maryuri Arelys**

**Castillomaryuri29@gmail.com**

**Andino Matute Joel Alonso**

**joelandino93@gmail.com**

**Pineda Castellón Carlos Alfredo**

**Caralf91@gmail.com**

**RESUMEN**

*La presente investigación se realizó en el municipio de Condega, departamento de Estelí durante el periodo primer semestre 2016, participando la empresa Calzado Bronson la cual está conformada por 16 colaboradores y su propietario Elvis Ordoñez. El propósito de la investigación consistió en la innovación en el proceso productivo para la comercialización de Calzado Bronson en el municipio de Condega, primer semestre 2016. Por lo tanto, fue necesario describir el funcionamiento en el comercio Calzado Bronson, posteriormente identificar los factores que influyen el proceso productivo, además de analizar la innovación como factor clave en el proceso productivo de la empresa y, finalmente, la propuesta de un plan de acción para el mejoramiento del proceso productivo y su comercialización en el producto. El presente estudio se justificó por cuanto posee valor teórico, tiene relevancia social y viene a enriquecer los conocimientos de cada lector. El estudio se sustenta en la teoría de empresa, innovación, proceso productivo y comercialización. Metodológicamente se aborda desde la perspectiva de un enfoque mixto, porque analiza y relaciona datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, donde la población estuvo conformada de 16 colaboradores, se aplicaron tres herramientas de investigación entrevista, encuesta y guía de observación estas fueron valoradas por expertos en donde se determinó su confiabilidad. El procesamiento permitió determinar que la innovación influye de manera significativa en la comercialización de Calzado Bronson por lo tanto es un tema necesario e imprescindible para el desarrollo económico, estabilidad en el mercado y bienestar laboral de la empresa en el municipio de Condega.*

*Tipo de documento: Tesis (Licenciatura)*

*Palabras Claves: Comercialización, Empresa, Innovación y proceso productivo.*

**ABSTRACT**

*This investigation it was realized at Condega's municipality, Estelí's department during the first period semester 2016 participating the company Calzado Bronson which is composed for 16 collaborators and his proprietor Elvis Ordoñez. The purpose of investigation consisted in the innovation in the productive process for Calzado Bronson's commercialization at Condega's municipality, first semester 2016. Therefore Calzado Bronson was necessary to describe the functioning in commerce, later identify the factors that have influence,*

*the productive process of this company beside to examine the invention like factor key in the company's productive process and finally the proposal of a policy for the improvement of the productive process and his commercialization in the product. The present study justified itself insofar as you possess theoretic value, has social relevance and it serves to enrich the knowledge out of every reader. The study is held in the theory of company, innovation, productive process and commercialization. Metodológica approaches herself from the perspective of a mixed focus, because it examine and relates quantitative and qualitative data in a same study, where the population was conformed of 16 collaborators, were applied over themselves three tools of investigation, interviews, surveys observation guide, these were cherished by experts where his reliability was determined. The processing determining that the innovation influences of significant way Calzado Bronson's commercialization therefore it is a necessary and essential theme for the economic development, stability on the market and labor well-being of the company at Condega's municipality.*

*Type of document: Thesis ( Bachelor's De gree )*

*Key words :Commercialization, Company, Innovation, and productive process.*

## **Introducción**

En Nicaragua existen MIPYMES dedicadas a la elaboración de productos de cuero en diferentes variedades (botas, zapatillas, carteras, fajas, monturas). La innovación en los procesos productivos en el sector cuero y calzado es un tema muy importante en el ámbito del desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas, las cuales actualmente enfrentan una serie de problemas para lograr una estabilidad económica y una mejor comercialización en el producto.

La investigación se desarrolla en calzado Bronson, una MYPIME ubicada en el municipio de Condega, la cual refleja la importancia de innovar en las empresas en sus productos, además presenta los retos principales que se enfrentan en la actualidad para seguir en el mercado, describe los elementos que originan su baja comercialización y su inestabilidad económica.

Por otra parte, con la integración del sector cuero y calzado se puede generar beneficios debido a la comercialización del producto en mejores condiciones, la oportunidad de que se puedan desarrollar en el mercado, la adquisición de insumos y materia prima a menores costos; así como, ampliar las condiciones comerciales. Sin embargo, son desafíos que las MIPYMES deben asumir en esta época, ya que la economía y la sociedad están en cambios continuo.

En la presente investigación se analizó la función en el comercio, la innovación como

factor clave en el proceso productivo. Además, se identificaron los factores que influyen los procesos productivos en la empresa; también se elaboró una propuesta de un plan acción que conlleve al mejoramiento en los procesos productivos y su comercialización del producto.

## **Material y Métodos**

Para la elaboración de este estudio se consultaron diferentes fuentes de información encontradas en la biblioteca Urania Zelaya FAREM-ESTELI, tales como diversas fuentes monográficas y una variedad de libros. También se hizo uso de estudios encontrados en el sitio web, esto se realizó para obtener información veraz y objetiva para la realización del documento.

Se elaboró supuesto de investigación y se llevó a cabo la operacionalización de objetivos, en el cual se encontraron indicadores y a través de éstos, se determinó que tipo de herramientas de investigación se usarían para la realización del estudio.

Se identificó el tipo de investigación la cual es mixta, según el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, en una serie de investigaciones para responder un problema de investigación.

Según la variable de investigación es descriptiva, ya que, estos estudios describen situaciones y eventos, es decir, como es y se manifiesta determinado fenómeno, además se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas de manera independiente, para así describir lo que se investiga.

La población y muestra de estudio lo constituye todos los colaboradores de Calzado Bronson en el municipio de Condega, la cual está conformada por 16 integrantes y su propietario Elvis Ordoñez.

Según el tipo de muestreo fue probabilístico ya que todos los individuos participantes tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados.

El tipo de muestra es cualitativa para seleccionar a los informantes que fueron entrevistados.

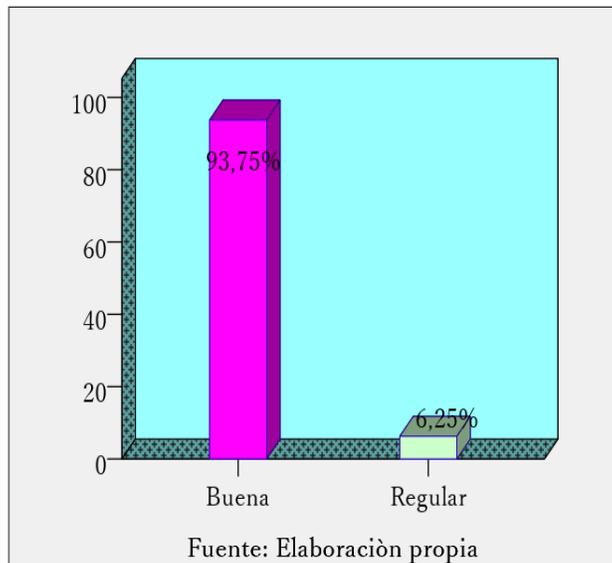
Deductiva o cuantitativa para la realización de encuestas para los colaboradores de Calzado Bronson.

## **Resultado y discusión**

- **Funcionamiento en el comercio de Calzado Bronson:**

El 93,75% de los encuestados indican que la función del comercio de Calzado Bronson es buena y el 6,25% regular. Considerando los resultados de encuestas y entrevista la función del comercio de esta empresa es buena; donde el propietario en la conversación argumentó que el funcionamiento de Calzado Bronson en el mercado ha sido estable debido a la calidad de la mano de obra, sin embargo, hay un 6,25% que indica que es regular; por lo tanto se debe considerar esta cantidad y buscar la manera de reducirla. Para Calzado Bronson es importante establecer su función en la comercialización de manera definitiva y así lograr diferenciarse ante las demás competencias que ya están acentuadas en el comercio, para esto es necesario plantearse alternativas que alcancen recursos potenciales para que la empresa este constante en el comercio. En la función del comercio se llevan a cabo todas aquellas actividades y estrategias para hacer llegar el producto al consumidor final.

**Gráfico N0.1 Función del comercio**



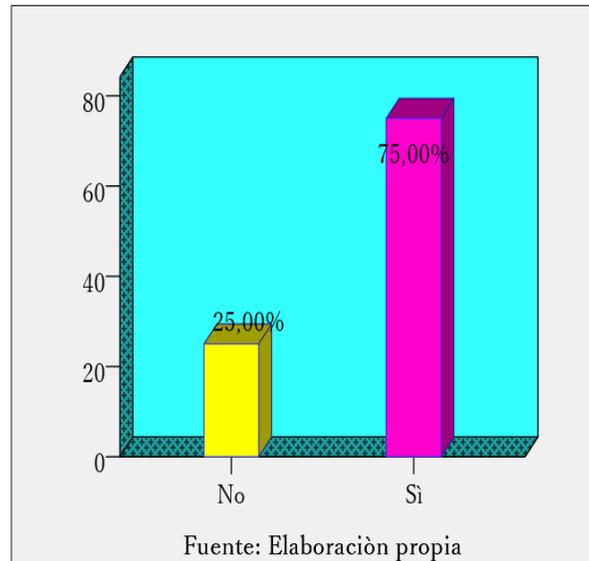
- **Mercado meta de Calzado Bronson:**

### **El consumidor meta**

Según los resultados obtenidos por medio de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa el 25% asegura que no conocen el mercado meta y el 75% afirma que sí.

Para lograr un buen posicionamiento en el mercado la empresa debe conocer su mercado meta para así establecer sus objetivos bien definidos y saber de qué manera llegar al cliente tomando en cuenta los diferentes factores que intervienen en el mercado del producto que se ofrece. Por lo tanto, el 25% que no conoce el mercado meta de Calzado Bronson debe ser informado de los objetivos propuestos por la empresa hacia donde se dirige el negocio, hará lograr su estabilidad económica y hacia nuevos mercados.

**Gráfico N0.3 Mercado meta**



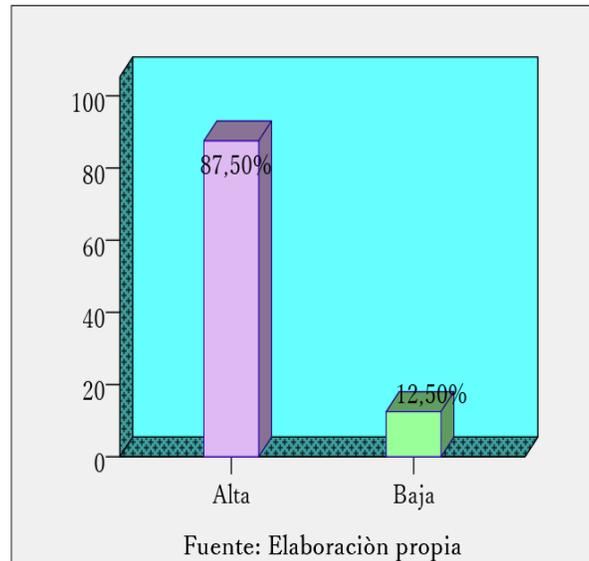
- **Competencia del mercado de Calzado Bronson:**

### **Etapa de declinación**

Los resultados indican que calzado Bronson tiene un nivel alto de competencia ya que las estadísticas demuestran un 87,50% y un 12,50% baja.

Esto demuestra que la competencia está ofreciendo productos similares a los de Calzado Bronson esto afecta directamente a la empresa, en la capacidad de su desarrollo en el mercado, ya que existen competidores con productos parecidos libres en el mercado y los clientes tienen más opciones para realizar sus compras. Sin embargo Calzado Bronson debe considerar este dato y tratar de reducirlo utilizando medidas que puedan favorecer el negocio y contrarrestar estas amenazas.

**Gráfico N0.5 Competencia en el mercado**



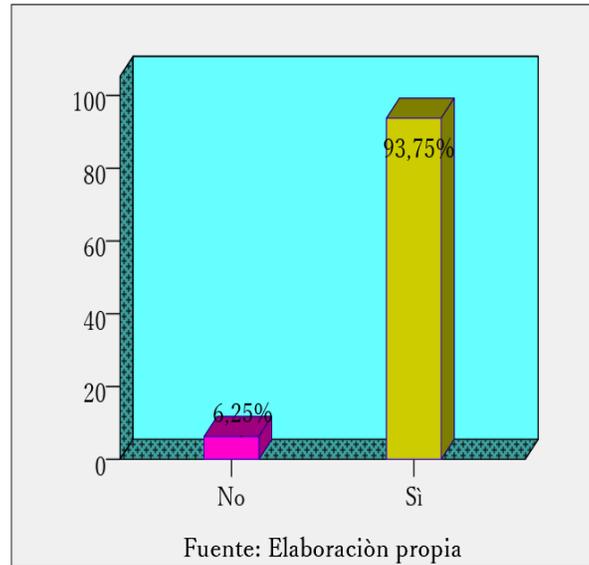
- **Innovación como factor clave en el proceso productivo de calzado Bronson: Modificación**

En el gráfico No.10, indica que el 93,75% está de acuerdo en la modificación del producto y el 6,25% no está de acuerdo.

Según estos resultados muestran que Calzado Bronson debe de ofrecer productos con nuevos diseños, ya que los deseos y necesidades de los consumidores se satisfacen con la oferta del mercado, es decir con las combinaciones y diseños de los productos.

Cabe señalar, que en entrevista realizada, el propietario está de acuerdo en que la empresa empiece a brindar nuevos diseños (estilo y color), donde se realicen acciones para elaborar y mantener relaciones de intercambio deseables, ya que los clientes forman expectativas del valor en la calidad del producto.

**Gráfico N0.10 Modificar el producto**



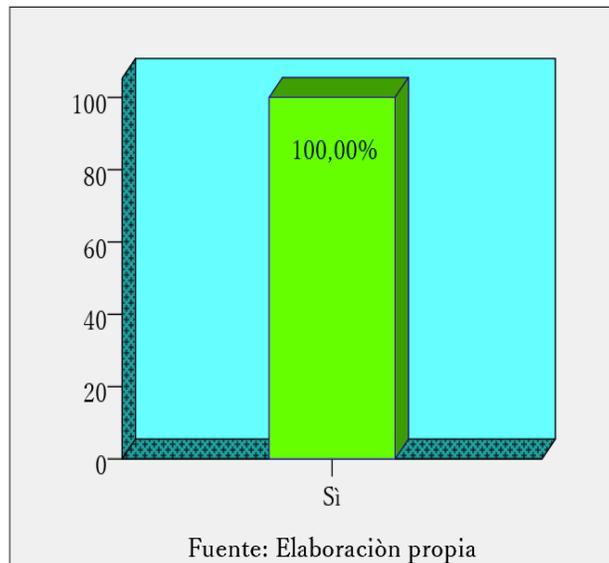
- **Innovación en el proceso de Calzado Bronson:**

#### **Innovación como proceso**

El 100% de los encuestados consideran que la innovación en los procesos de Calzado Bronson se puede mejorar. Considerando la información brindada por el propietario de la empresa, menciona en querer cambiar ciertas maquinarias antiguas y de esta manera poder elaborar productos novedosos.

La innovación es uno de los desafíos principales donde cada empresa debe optar ya que el mercado está en constante cambios, así como, la tecnología. Por lo tanto, Calzado Bronson debe enfrentar este reto para su mejora continua. Tomando en cuenta los recursos tecnológicos asociado a esto, el uso de equipo de producción que es básico y antiguo la implementación de la innovación en estos aspectos mencionados significa para Calzado Bronson incremento en sus productos y una mejor viabilidad en sus procesos.

**Gráfico N0.11 Innovación de procesos**

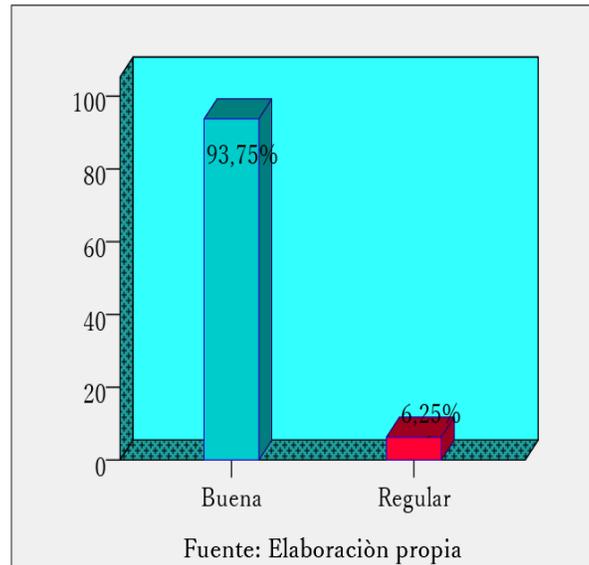


- **La reacción de Calzado Bronson hacia otros productos nuevos:  
Innovación de Producto**

El gráfico indica que el 93,75% es bueno la reacción de esta empresa hacia otros productos nuevos y el 6,25% es regular.

La reacción de Calzado Bronson ante productos nuevos de la competencia se mide de manera positiva, ya que así lo muestran los resultados, esto indica que sin importar las nuevas tendencias de otras empresas los consumidores siguen siendo fieles a esta MIPYME; esto debido a que la población ya conoce el producto y calzado Bronson ante estas situaciones siempre ha mantenido sus ventas.

**Gráfico N0.12 Reacción hacia nuevos productos**



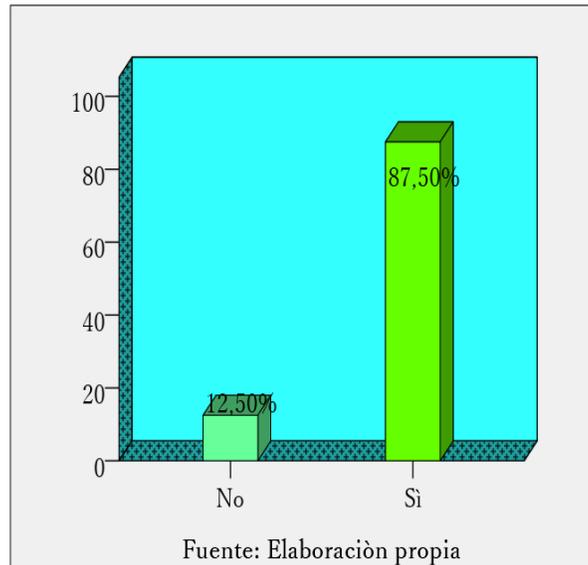
- **Innovación principal reto de Calzado Bronson:**

### **Innovación**

Según el gráfico, indica que el 87,50% afirma que si la innovación es uno de los principales retos para la empresa y el 12,50% no lo percibe como un reto.

Cabe mencionar que en los resultados, la mayoría de los encuestados demuestran que la innovación es un desafío para Calzado Bronson, considerándolo de esta manera también el propietario del negocio, donde argumenta que para atraer más clientes e introducir un producto nuevo al mercado es mediante este reto el cuál debe enfrentar.

**Gráfico N0.18 Innovación como reto**



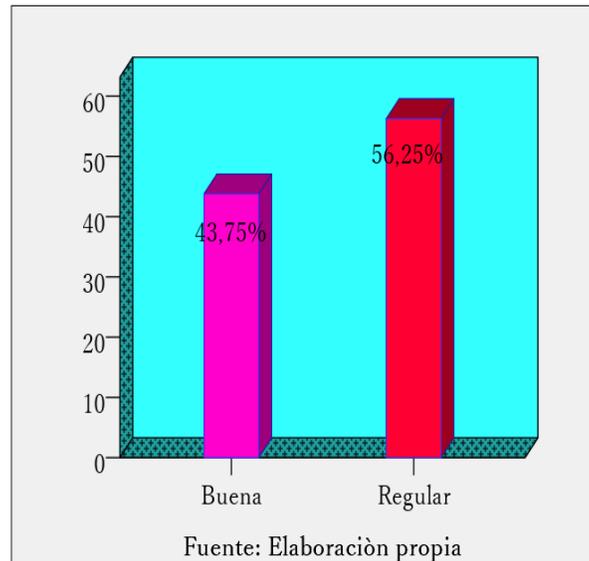
- **Factores que influyen en el proceso productivo:**

**Factores de producción**

El 43,75% indica que las maquinarias utilizadas en la elaboración del producto son buenas y el 56,25% son regular. Considerando otra información obtenida mediante la guía de observación muestran que las maquinarias a utilizar son demasiadas antiguas.

Para la elaboración de un producto de calidad se debe tomar en cuenta el estado de las máquinas que se están utilizando. Por lo tanto este promedio 56,25% debe ser considerado por la empresa para obtener las herramientas necesarias para la elaboración de los productos que sean de buena calidad y entregarlos en tiempo y forma.

**Gráfico N0.20 Calidad de la maquinaria**



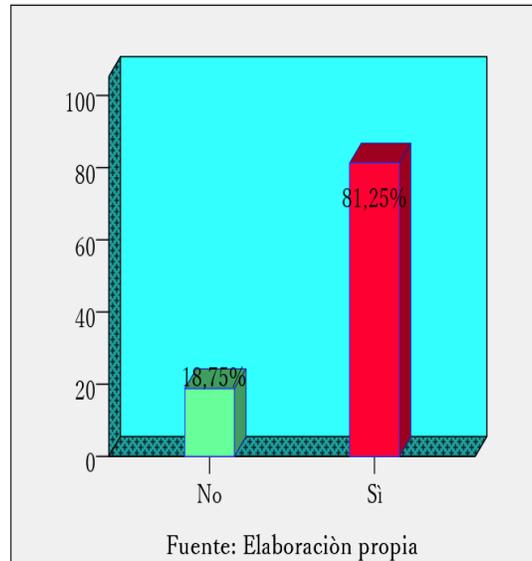
- **Calzado Bronson debe ofrecer otro tipo de producto:**

### **Tipos de productos**

Según el gráfico el 18,75% indica que no se debe ofrecer otro tipo de producto, el 81,25% está de acuerdo en ofrecer otro tipo de producto,

Estos resultados muestran que el mayor dato obtenido 81,25% están dispuestos en ofrecer al mercado otra variedad de producto, por lo tanto se debe de considerar al momento de realizar la producción, ya que la empresa siempre debe satisfacer las necesidades del cliente y mantenerse en el mercado.

**Gráfico N0. 26 tipos de productos**



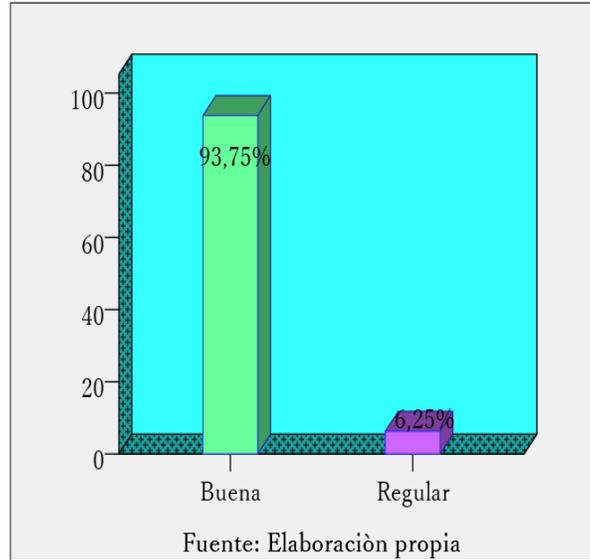
- **Ciclo de vida del producto que ofrece la empresa:**

#### **Etapas del ciclo de vida del producto**

El gráfico No.29, indica que el 93,75% es buena y el 6,25% regular. Esto muestra que Calzado desde el momento que introduce el producto al mercado ha logrado la aceptación del consumidor, por lo tanto, Calzado Bronson se encuentra en una etapa de crecimiento buena, según las características que esta presenta, mencionadas por el propietario de la empresa: incrementación de ventas, muchos competidores en el mercado, la aparición de productos nuevo vis al que se ofrece.

Calzado Bronson ha logrado desarrollarse con el producto en el mercado, permitiendo así su crecimiento, sin embargo, de esto depende la duración y la función en el mercado con sus ventas y la duración que tendrá al público este producto.

**Grafico NO 29 Ciclo de vida del producto**



**Propuesta de un plan de acción que conlleve al mejoramiento de los procesos productivos y su comercialización del producto.**

**Análisis FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p><b>F1)</b> Mano de obra calificada.</p> <p><b>F2)</b> Materia prima de calidad.</p> <p><b>F3)</b> Calidad en los productos.</p> <p><b>F4)</b> Infraestructura propia.</p> <p><b>F5)</b> Capital propio.</p> <p><b>F6)</b> Ventas al por mayor y al detalle.</p>	<p><b>D1)</b> Maquinas antiguas.</p> <p><b>D2)</b> No cuentan con publicidad.</p> <p><b>D3)</b> Ubicación de la tienda.</p> <p><b>D4)</b> Alto costo de adquisición de la materia prima.</p> <p><b>D5)</b> Escasez de la materia prima.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p><b>O1)</b> Invertir en tecnología maquinaria moderna (financiamiento).</p> <p><b>O2)</b> Crecimiento poblacional.</p> <p><b>O3)</b> Expandirse a otras zonas geográficas.</p> <p><b>O4)</b> Innovación.</p> <p><b>O5)</b> Nuevos diseños.</p>	<p><b>A1)</b> Competencia.</p> <p><b>A2)</b> Entradas de nuevas empresas.</p> <p><b>A3)</b> Cambio de políticas.</p>

### Relación FODA

FO	DO
<b>F1, F2, F6, O3, O5</b> Aprovechamiento de mano de obra y materia prima para el aumento de la producción y ventas	<b>D1, O1, O4, O5</b> Inversión en maquinaria moderna para mejorar el proceso productivo
FA	DA
<b>F3, F6, A2</b> Dar a conocer los atributos del producto y beneficios que la empresa ofrece al cliente para motivarlo a comprar el producto.	<b>D2, D3, A1</b> Utilizar medios publicitarios para atraer clientes y desplazar a la competencia.

## Estrategias

Estrategia	Objetivo	Actividades
1) F1, F2, F6, O3, O5: Incremento en las ventas	Aumentar la producción de los diferentes tipos de zapatos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diseñar nuevos estilos de zapatos.</li> <li>● Reubicar la tienda en un lugar donde haya afluencia de personas.</li> <li>● Ventas por catálogos.</li> </ul>
2) D1, O1, O4, O5 Innovación en el proceso productivo.	Mejorar el proceso productivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprar maquinaria nueva actualizada (invertir en tecnología).</li> <li>● Adquirir financiamiento para invertir en tecnología.</li> <li>● Capacitar al personal en diseños.</li> </ul>
3)F3,F6,A2 Promociones	Motivar a los clientes en la compra del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Participar en ferias para exhibir el producto</li> <li>● Realizar descuentos, rifas y bonos.</li> <li>● Atraer la atención del cliente sobre el producto teniendo en cuenta las condiciones del acto de compra.</li> <li>● Informar al cliente sobre el lanzamiento de un producto y ofertas especiales.</li> <li>● Animar el punto de venta, complementado con decoración,</li> </ul>

		música, rifas; propiciando un ambiente de comercio.
--	--	---

**Conclusiones**

De acuerdo a los objetivos planteados y basados en los resultados obtenidos en la investigación se puede concluir lo siguiente:

La función del comercio en esta empresa es buena, debido a la calidad del producto que ofrecen, puesto que ha logrado satisfacer los gustos y necesidades de sus clientes.

La mayoría de los encuestados, siendo estos colaboradores y propietario de Calzado Bronson expresaron que están totalmente de acuerdo en modificar los productos para lograr un mayor posicionamiento en el mercado; así mismo, aumentar su cartera de clientes para la obtención de utilidades monetarias.

Por otra parte, se considera que los productos que ofrece Calzado Bronson son de buena calidad, por lo tanto se puede decir que los clientes prefieren éste producto.

Según las estadísticas obtenidas, la competencia de Calzado Bronson presenta un alto nivel, debido a que hay otras empresas que están ofreciendo productos similares al que esta empresa oferta.

Los factores que intervienen en el mercado de Calzado Bronson son: la calidad del producto, precios accesibles a los clientes, ubicación geográfica y la publicidad.

Esta empresa no tiene diversificación de productos y carece de innovación en los diseños de sus productos, debido a que están utilizando equipo y maquinarias de producción antiguos. Asimismo, se puede constatar que la innovación es uno de los retos más relevantes de calzado Bronson, debido a que no cuentan con los recursos necesarios.

En conclusión el supuesto sobre la innovación en el proceso productivo incide en la comercialización de calzado Bronson en el municipio de Condega. Con el estudio realizado se determinó que la innovación alcanza un desarrollo continuo en las empresas lo cual conlleva aun mejoramiento en los producto y una exitosa comercialización.

## **Recomendaciones.**

- **Al propietario de Calzado Bronson.**

- Solicitar un financiamiento para la compra de maquinarias nuevas actualizadas, es decir, invertir en tecnología.
- Buscar materia prima accesible para elaborar el producto en tiempo y forma, para así lograr una mejor productividad y una efectividad en su comercialización.
- Crear estilos nuevos de calzado para que pueda ofrecer al cliente una variedad de zapatos para así satisfacer sus necesidades.
- Reubicar la tienda donde haya más transcurencia de personas, ya que esta MIPYME se encuentra a distancia del sector urbano del municipio de Condega, donde se logrará incrementar sus ventas.
- Capacitar a los colaboradores en la elaboración del producto, para obtener una mayor productividad.
- Elaborar publicidad del producto para así darse a conocer al mercado nacional ya sean en radios, televisión, revistas entre otros medios de comunicación.
- Buscar recursos económicos por medios de financieras ya que Calzado Bronson solo cuenta con inversiones propias y esto impide a la empresa resolver la problemática que enfrenta en la actualidad.
- Es importante que Calzado Bronson dé a conocer a sus colaboradores su mercado meta para que en conjunto establezcan los objetivos bien definidos y así saber de qué manera se pueda llegar al cliente.

## **AGRADECIMIENTO**

**Agradecemos a Dios:** Creador del universo, por darnos la vida concedernos paciencia, fuerza y voluntad, tiempo necesario para llevar a cabo esta investigación.

**A nuestros padres:** Por su confianza, consejos y apoyo incondicional en todos los momentos difíciles y satisfactorios en el transcurso de los diferentes niveles de estudio.

A nuestros profesores: agradecemos a profesor MSc. Alberto Sevilla y MSc. Flor Idalia Lanuza, quienes están en el transcurso de nuestra formación, quienes ofrecen todos sus conocimientos necesarios.

**A seres especiales:** Lic. Gloria Isabel Calero Ramírez y Lic. Belkis Julieth Olivas Rodríguez, también a Calzado Bronson por habernos dedicado parte de su valioso tiempo al permitirnos realizar la investigación sobre innovación en el proceso productivo para la comercialización de Calzado Bronson, además de respondernos cada una de las interrogantes del tema emprendido y hacer posible la culminación de una etapa más de nuestra carrera por la superación intelectual y académica.

## Bibliografía:

- publicado por blog investigación mixta.* (2011). Obtenido de <http://portafolio investigaci3n 2011.wikispace.com/Filc/view/investigaci3n mixta.pdf>
- ABC, A. (10 de Noviembre de 2017). *tierra trabajo y capital, factores de producci3n - articulos-ABC COLOR.* Obtenido de [tierra trabajo y capital, factores de producci3n - articulos-ABC COLOR: m.abc.com.py^articulo^tierra^trabajo](http://tierra trabajo y capital, factores de producci3n - articulos-ABC COLOR: m.abc.com.py^articulo^tierra^trabajo)
- agroindustria, E. d.-D. (2015). *Estrategia de comercializaci3n-Direcci3n general de agroindustria.* MEFCCA.
- Alfaro Gim3nez, J., Gonz3lez Fern3ndez, C., & Pina Massachs, M. (2013). *Econom3a de la empresa.* MADRID-BARCELONA-BUENOS AIRES-CARACAS-PANAM3 -SAN JUAN-BOGOT3 -SANTIAGO-SAO PAULO: McGraw-Hill/interamericana de Espa3a, S.L.
- Alfaro Gim3nez, J., Gonz3lez Fern3ndez, C., & Pina Massachs, M. (2013). *Econom3a de la empresa.* (S. McGraw-Hill/interamericana de Espa3a, Ed.) Espa3a: 2da.
- Amador, M. G. (9 de 2011). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION manuelgalan.blogspot.com.* Recuperado el 4 de 10 de 2017, de [http://manuelgalan.blogspot.com>2011/09/ la investigaci3n \\_documental.htm?&#x27;=1](http://manuelgalan.blogspot.com>2011/09/ la investigaci3n _documental.htm?&#x27;=1)
- Arnoletto, E. J. (2006). *Administraci3n de la producci3n como ventaja competitiva.* eumed.net.
- Bankinter, F. I. (2010). *El arte de innovar y emprender: Cuando las ideas se convierten en riqueza.*
- Castillo Ossa, G. P., & Leal Franco, B. (Diciembre de 2010). Obtenido de [repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bistream/11182/96/1/tesis%20innovacion%20pr oducto%20Mipymes.pdf](http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bistream/11182/96/1/tesis%20innovacion%20pr oducto%20Mipymes.pdf)
- Chiavenato, I. (2001). *Administraci3n: Proceso administrativo. Teoria-Proceso-Pr3ctica.* Los 3ngeles, California: 3ra.
- Garc3a Gonz3lez, F. (2012). *Concepto sobre Innovaci3n -contribuci3n al an3lisis Pest (Pol3tica, Econom3a, sociedad, Tecnol3g3a).* Colombia.
- Garita, R. (29 de noviembre de 2006). Recuperado el 11 de junio de 2017, de <http://investigaci3n polis.com/teoria-economicadelcomercio-internacional>
- Garita, R. (29 de Noviembre de 2006). [https://gestipolis.com/teoria\\_economicadel\\_comercio\\_internacional/](https://gestipolis.com/teoria_economicadel_comercio_internacional/).
- Guervitz, M., & Moure, H. (2010). *Comercializaci3n.* Buenos Aires, Argentina.

- Kloter, Philip, Armstrong, & Gary. (2012). *Marketing*. México: 14.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: 14.
- Kroeger, A. (s.f.). En *Evaluación para el planeamiento de programas de salud*. PALTEX NO .18.
- Kroeger, A. (s.f.). OPS. En E. p. salud, *Evaluación para el planeamiento de programas de salud*. PALTEX No.18.
- López, J. P. (2008). *Metodología de la investigación científica* (Sexta ed.). Managua, Nicaragua.
- Marengo Monjarrez, L. M., Polanco Ramírez, G. D., & Úbeda Úbeda, Y. (2013). *Rotación del personal en el proceso productivo de la empresa Drew State Tobacco Company, S.A*. Estelí.
- Merino, J. P. (2011-2014). *definición*. Obtenido de <http://definición.de/modificación/>
- Merino, j. P. (19 de 9 de 2017). *definicion de modificacion* . Obtenido de <http://definicion de modificacion>
- Montoyo, A., & Marco, M. (2011-2012). *Proceso de producción*.
- Münch Galindo, L. (1997). *Fundamentos de Administración: casos y prácticas* (2da ed.). México: Trillas, S.A.
- Pérez, D., & Martínez de Ubago, I. (2006). *EOI Marketing Estrategico*. MBA.
- Peréz, D., & Pérez Martínez de Ubago, I. (2006). *EOI -Marketing estratégico*. MBA.
- Sande, J. (2012). *Economía de la empresa - La empresa* (Vol. vo.7).
- Sande, J. (2012). *Economía de la empresa- La empresa* (Vol. vo.7).
- Sande, J. (2012). *Economía de la empresa- La empresa* (Vol. vo.7).
- Tercero, J. E. (20 de enero de 2016). [repositorio.unan.edu.ni/1860/17362](http://repositorio.unan.edu.ni/1860/17362). Recuperado el 2 de JUNIO de 2017, de [https://www.google.com.ni/search?q=TESIS+EN+EL+MUNICIPIO+DE+CONDEGA+UNAN+MANAGUA+FAREM+ESTELI&rlz=1C1TSNS\\_enCR488CR488&oq=TESIS+EN+EL+MUNICIPIO+DE+CONDEGA+UNAN+MANAGUA+FAREM+ESTELI&aqs=chrome..69i57.31412j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=TESISPRODUCCION+Y+C](https://www.google.com.ni/search?q=TESIS+EN+EL+MUNICIPIO+DE+CONDEGA+UNAN+MANAGUA+FAREM+ESTELI&rlz=1C1TSNS_enCR488CR488&oq=TESIS+EN+EL+MUNICIPIO+DE+CONDEGA+UNAN+MANAGUA+FAREM+ESTELI&aqs=chrome..69i57.31412j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=TESISPRODUCCION+Y+C)
- Velásquez Castillo, F. J., & Benavides Montenegro, V. C. (2013). *Evaluación del sistema acumulación de costos utilizados en el proceso productivo de puros de la empresa tabacalera Santiago de Nicaragua, S.A*. Estelí.
- Vilcarromero Ruiz, R. (s.f.). *La Gestión en la producción*. (F. U. eumed.net, Ed.)