

‘Orientación al Mercado en las Pequeñas Empresas del Sector Calzado en Cuero de la Ciudad de Bogotá

Francisco Javier Mosquera Fernández

Sandra Patricia Rojas Berrio PhD

Oscar Javier Robayo Pinzón MSc.

Resumen

Considerando las dificultades que tienen las Pequeñas Empresas que se dedican a producir calzado en cuero en Bogotá, relacionadas con los bajos niveles de productividad y ventas, la falta de innovación y acciones de mercadeo que hacen que se cierren y desaparezcan del mercado, la presente investigación se propone analizar los mecanismos por medio de los cuales se implementan las acciones de Orientación al Mercado en este sector, por cuanto se considera una estrategia que permite garantizar la satisfacción y gustos del cliente y la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

Se llevará a cabo una investigación exploratoria utilizando la técnica cualitativa de entrevista a profundidad, aplicada a empresarios del sector del calzado en el barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá, a cuya información se hará un análisis hermenéutico en el software Atlas. TI.

Se realizaron entrevistas a empresarios del sector del calzado, aplicando un cuestionario de 30 preguntas sobre la categoría de la Orientación al Mercado y sus respectivas dimensiones, obteniendo un alto nivel de saturación de la información y hallando aspectos con los cuales se puede concluir que la mayoría de los empresarios del sector desconocen la importancia y aplicación de la Orientación al Mercado y donde los negocios son vistos más desde la perspectiva de la producción y no tanto desde el punto de vista del mercadeo y del análisis del sector.

Abstract

Given the difficulties faced by Small Enterprises engaged in producing footwear leather in Bogota, research is to analyze the mechanisms by which the actions of orientation are implemented to the market in this sector, conducting an exploratory research with qualitative

technique depth interview, applied to entrepreneurs in the footwear sector in the Restrepo neighborhood of Bogota. Treatment and data analysis was conducted using Atlas Ti software application.

Interviews with entrepreneurs of the footwear sector conducted by applying united questionnaire 30 questions about the category of market orientation and their respective dimensions, obtaining the high level saturation of Information and finding: interesting aspects, which it can say that most entrepreneurs not know the importance of the sector and application of the Orientation Market and where are business most viewed from the perspective of production and not from the point of view of marketing and sector analysis.

Palabras Clave

Orientación al Mercado, Pequeñas Empresas, Bogotá, Calzado en cuero

Key Words

Market Orientation, Bogota's, Small Enterprises, Leather Shoes