

**Mon
658.5
M798
2005**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS
UNI – RUPAP**

DEPARTAMENTO DE POST – GRADO

**ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION
EN LA RAMA DE MADERA Y MUEBLES
EN CINCO TALLERES DEL MUNICIPIO DE MASATEPE**

AUTORES

**Daniela María Montoya Ruíz
Edgard Ríos Castillo**

Managua, 11 Agosto 2005

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. ANTECEDENTES	3-4
3. RESUMEN DEL TEMA	5
4. JUSTIFICACIÓN	6 – 7
4.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA		
4.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA		
4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA		
5. DEFINICIÓN DE PROBLEMA	8
5.1. ARBOL DELPROBLEMA	9
6. OBJETIVOS	10 - 11
6.1 OBJETIVO GENERAL		
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
7. MARCO TEÓRICO	12 - 22
7.1 OBJETIVO		
CONCEPTOS A CONSIDERAR EN NUESTRO ANÁLISIS DESCRIPTIVO		
7.2 ARTESANIA		
7.3 ARTESANO		
7.4 ASERRADEROS		
7.5 FABRICA DE MUEBLES DE MADERA		
7.5.1 LINEA DE EBANISTERÍA		
7.5.2 LINEA DE CARPINTERÍA		
7.6 COSTOS FIJOS		
7.7 COSTOS INDIRECTOS		
7.8 MATERIA PRIMA		
7.9 MADERA NATURAL		
7.10 PINO		
7.11 CEDRO		
7.12 OFERTA		

- 7.13 DEMANDA
- 7.14 MERCADO

- 7.15 COMERCIALIZACION
- 7.16 COMPETENCIA
- 7.17 TALLER ARTESANAL
- 7.18 PRODUCTOS ARTESANALES
- 7.19 RESINA
- 7.20 MASILLA PARA MADERA
- 7.21 SELLADOR
- 7.22 MATRIZ FODA
- 7.23 MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO
- 7.24 ESTRATEGIAS
- 7.25 MISION
- 7.26 VISION

8. ESTUDIO DE MERCADO 23 – 34

8.1 OBJETIVO

8.2 DEFINICION DEL PRODUCTO

- 8.2.1 TIPOS DE PRODUCTOS ELABORADOS POR LOS TALLERES

8.3 MATERIA PRIMA Y MATERIALES

8.3.1 ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA

- 8.3.1.1 TIPOS DE MADERA Y SUS COSTOS
- 8.3.1.2 FORMA DE PAGO DE MATERIA PRIMA

8.3.2 INSUMOS

8.4 PROCESO TECNOLÓGICO DE ELABORACIÓN

- 8.4.1 VALOR ESTIMADO DE LOS EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

8.5 COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

- 8.5.1 COMPETENCIA
- 8.5.2 DISTRIBUCION
- 8.5.3 PUBLICIDAD

9. ESTUDIO TÉCNICO 35 – 57

9.1 OBJETIVO

9.2 LOCALIZACION

- 9.2.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACION DEL MUNICIPIO

9.3 ANALISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	
9.3.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO	
9.4 ANALISIS DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	
9.5 ANALISIS DEL CONTROL DE CALIDAD	
9.5.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN	
9.6 DISTRIBUCION DE PLANTA	
9.6.1 CAPACIDAD INSTALADA	
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL 58 – 62
10.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LOS TALLERES	
10.2 JEFE DEL TALLER O DUEÑO	
10.2.1 CARPINTERO	
10.2.2 ENJUNCADOR	
10.2.3 TEJEDOR	
10.2.4 ARMADOR	
11. ANÁLISIS FODA 63 - 74
11.1 ANALISIS EXTERNO	
11.1.1 IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	
11.2 ANALISIS INTERNO	
11.2.1 IDENTIFICACION DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	
11.3 IDENTIFICACION DE ESTRATEGIAS PARA MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO	
11.3.1 ESTRATEGIAS FORTALEZAS OPORTUNIDAD	
11.3.2 ESTRATEGIAS DEBILIDAD OPORTUNIDAD	
11.3.3 ESTRATEGIAS FORTALEZA AMENAZA	
11.3.4 ESTRATEGIAS DEBILIDAD AMENAZA	
11.4 ANALISIS ESTRUCTURAL DEL SISTEMA ESTRATÉGICO	
11.4.1 ESTRATEGIAS	
11.4.2 ESTRATEGIAS SELECCIONADAS	
11.4.3 PLANES DE ACCION PARA ESTRATEGIAS SELECCIONADAS	
11.5 MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO	

12. CONCLUSIONES 75 – 76

13. RECOMENDACIONES 77 – 78

14. BIBLIOGRAFÍA 79

15. ANEXOS

 15.1 MATRIZ FODA

 15.2.1 IDENTIFICACION FODA PARA FORMULACION DE ESTRATEGIAS

 15.2 MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

 15.2.1 RESULTADOS DE LA MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

 15.3 MARKETING

 15.3.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING

 15.4 COMPETENCIA DE PRODUCTOS

 15.4.1 CUADRO No. 1

 15.5 DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

 15.6 GENERALIDADES DEL NEGOCIO

 15.6.1 CUADRO No. 2

 15.7 CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO Y SU CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL POR TALLER

 15.7.1 CUADRO No. 3

 15.7.2 REPRESENTACION GRAFICA

 14.8 TIPO DE EQUIPOS ELÉCTRICOS Y NO ELÉCTRICOS

 15.8.1 CUADRO No. 4

 15.9 DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

 15.9.1 CUADRO No. 5

 15.10 PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN

 15.10.1 CUADRO No. 6

 15.11 INSTRUMENTOS INDISPENSABLES EN LOS TALLERES

AGRADECIMIENTO

En primer lugar damos gracias a Dios por apoyarnos en todo momento, por iluminarnos, darnos siempre sabiduría y paciencia para que los dos pudiéramos seguir adelante y poder llegar a la fase final de este análisis descriptivo.

A nuestros padres, por estar siempre a nuestro lado, dándonos su apoyo incondicional.

A nuestro tutor Lic. José Manuel Siles, que siempre estuvo con nosotros desde que le solicitamos que nos tutoriara en este trabajo de tesina.

A los dueños y obreros de los talleres que sin ningún inconveniente nos ayudaron de forma, que por medio de ellos obtuvimos información para realizar esta tesina.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de curso, es la etapa final de formación profesional que iniciamos hace algunos meses y que hoy concluimos.

El desarrollo de éste, ha sido importante porque para ejecutarlo fue necesario emprender un recorrido por disciplinas estudiadas en el curso de titulación, alta gerencia, actividad que permitió retomar y actualizar conceptos con el fin de aplicarlos.

Tomando como punto de partida, el hecho que Nicaragua es un país con una amplia y variada actividad cultural, la cual está enmarcada por las características propias de sus regiones y teniendo presente que el oficio artesanal es una manifestación misma de la cultura; se da inicio a este recorrido de aprendizaje descriptivo, de las actividades, materiales, técnicas, trámites y políticas de la misma, para entregar un trabajo que permita realizar una actividad artesanal que incluya la descripción en los procesos de producción y comercialización de muebles de madera en la zona.

El componente de comercialización apoya a las empresas en el desarrollo de estrategias de mercado, en apertura y mejoramiento de talleres donde trabajan la madera en la elaboración de muebles, mencionado aquí la empresa INPYME, la cual apoya a estas pequeñas empresas en su producción y comercialización de su producto.

Por tanto el Municipio de Masatepe, enclavado en la Meseta de Los Pueblos, del Departamento de Masaya, se ha destacado ser el pionero en talleres de producción de muebles de madera, por el diseño de los muebles trabajados, con el arte esmerado por preservar y difundir el acervo artesanal de la zona a través de la fabricación de bellísimos muebles de maderas preciosas como caoba, jenízaro, cedro real y laurel.

Estos talleres elaboran una limitada cartera de productos, mayoritariamente de consumo popular, entre los que predominan; juegos de sillas abuelitas, muebles de salas, comedores, cunas, camas, roperos, etc.

En el presente estudio se tiene como objetivo realizar un análisis descriptivo del proceso productivo y la comercialización en Muebles de Madera en el municipio de Masatepe.

Para la elaboración del presente, utilizamos metodologías e instrumentos de análisis descriptivo, como son: Investigación documental, entrevista personales, observaciones de campo, y preguntas a algunos pobladores (cuestionario), lo que permitió obtener información necesaria para la realización de este análisis, con la finalidad de lograr los objetivos que se quieren alcanzar.

ANTECEDENTES

Los bosques naturales son fuentes de materia prima para la cadena productiva de muebles de madera. Ya que de las plantaciones forestales se obtienen los trozos o también denominadas maderas en bruto procesadas por los aserraderos y convertidas en maderas aserradas o chapas, que posteriormente serán utilizadas por talleres que se dedican a la construcción o fabricación de muebles.

El arte de la carpintería, se inicio hace muchos años en la Ciudad de Masatepe. Anteriormente existían cuatro talleres que trabajaban con madera de cedro y laurel, los que confeccionaban productos de carácter utilitario como doméstico.

Muchos talleres tienen buena trayectoria en cuanto a su tiempo de trabajo y estos se hacen portadores del compromiso de fabricar muebles de madera de línea recta, muebles para oficina, artículos del hogar para baños y cocinas, cuando ofrecen a sus clientes un excelente servicio y diseño innovador y sobre todo de calidad.

Estos talleres trabajan bajo el lema (EFE), Estético, Funcional y Económico, ya que son combinaciones de pequeñas industrias con un porcentaje artesanal en su proceso de producción, que atienden a clientes selectos en el ámbito institucional y particular.

El aprendizaje de la carpintería, ha sido por tradición familiar, estando a la cabeza de esta tarea el jefe del taller llamado también, maestro, lo que nos permite visualizar una semejanza de la Ciudadanía de Masatepe, con lo de la edad media de los siglos XIV y XV, en donde el jefe del taller o maestro ha sido el encargado de enseñar el oficio, y supervisar el trabajo (Control de Calidad), perfeccionar líneas curvas, diseños y modelos tanto de oficiales como de aprendices.

La mano de obra que utilizan estos talleres, es originaria del lugar. Estas manos creativas e ingeniosas de estos artesanos de la Meseta de los Pueblos, moldean bellos muebles que adornan infinidad de salas nicaragüenses. El oficio del mimbre aplicado a la elaboración de muebles para equipos (muebles de varios depósitos), mesas, etc., se originó por tradición familiar desde hace aproximadamente cuarenta años.

Tradicionalmente estos talleres han trabajado con el bejuco conocido como: “Cuchara”. Actualmente usan mejor materia prima y un mayor número de estilos convencionales, por ejemplo: cinco picos, pavo real, trébol y otras.

El Rama, es el lugar de donde proviene la materia prima. El mimbre, es un bejuco silvestre, el que crece también a orillas del Volcán Masaya o en el cruce en Managua, teniendo un serio inconveniente que este material fácilmente adquiere una plaga conocida como “Polilla”, es por eso que ellos prefieren comprar la materia prima que traen del Rama y trabajarla lo más rápido posible.

RESUMEN DEL TEMA

El análisis de la producción y comercialización en la rama de madera y muebles en los cinco talleres en estudio, del municipio de Masatepe, se desarrolla a partir del problema que enfrentan estos artesanos y es la comercialización de sus productos, que en los últimos meses se ha agudizado.

Asimismo la falta de financiamiento, abastecimiento de madera y la compra de madera con mal secado, ha ocasionado que los productos elaborados sean de baja calidad y además que tienen que caer en manos de intermediarios, los que se quedan con el 50 por ciento de ganancia y la comercialización de sus productos.

Algunos artesanos del municipio de Masatepe, han logrado obtener horno solar (cámara), con el apoyo del Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), a través de la cooperación de Austria (CONA), organismo que apoya el desarrollo de los microempresarios de la madera. Con la adquisición de esta nueva tecnología esperan poder ofrecer un mejor producto de mayor calidad. Para la manipulación de este se han capacitado a varios artesanos en el área de secado para la utilización del mismo, pues tienen contemplado construir mas hornos.

Esta nueva tecnología contribuye a agilizar el trabajo de los artesanos de la madera y al mismo tiempo elevar la calidad al obtener un secado rápido y adecuado.

JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACION TEORICA

Este estudio descriptivo busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos, analizar factores internos y externos que intervengan en la producción y comercialización de productos artesanales en este caso muebles de madera, en cinco talleres, los cuales inician con la planeación del diseño del producto, su elaboración y un estricto control de calidad, lo que garantiza la entera satisfacción del cliente.

JUSTIFICACION METODOLOGICA

A través de la aplicación de los elementos contenidos en la metodología a implementar, se analiza los aspectos como el estudio de mercado y el estudio técnico, y en base a ellos determinar las posibles alternativas de solución a los problemas que se analizaron, con participación de artesanos que hacen uso de técnicas ancestrales, dando lugar a estos talleres a realizar piezas con acabados especiales, los cuales harán que el producto a ofertar al cliente sea diferente a los comerciales y tengan algún detalle o estilo.

JUSTIFICACION PRACTICA

Estos talleres de Masatepe, con el tiempo, han aportado combinaciones de tecnología con el arte, el buen gusto e ideas de sus ancestros, las cuales son aportadas para que estos aprendan y diseñen muebles de diferentes estilos, siendo estos considerados unos de los mejores productores de muebles en Nicaragua.

El resultado, busca como tener una aplicación práctica, aprovechando las oportunidades del negocio que se presentan actualmente en el país, así como la nueva tecnología que consiste en una cámara de secado solar



, la cual contribuye al desarrollo sostenible.

Esta agiliza el trabajo de los artesanos de la madera y al mismo tiempo eleva la calidad al obtener un secado rápido y adecuado.

Con el apoyo del Instituto Nicaragüense de la Mediana y Pequeña Empresa (INPYME), se favorece a estos talleres mediante la comercialización de sus productos en Ferias como MICROFER, también el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), mediante la búsqueda de financiamiento con instituciones extranjeras .

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

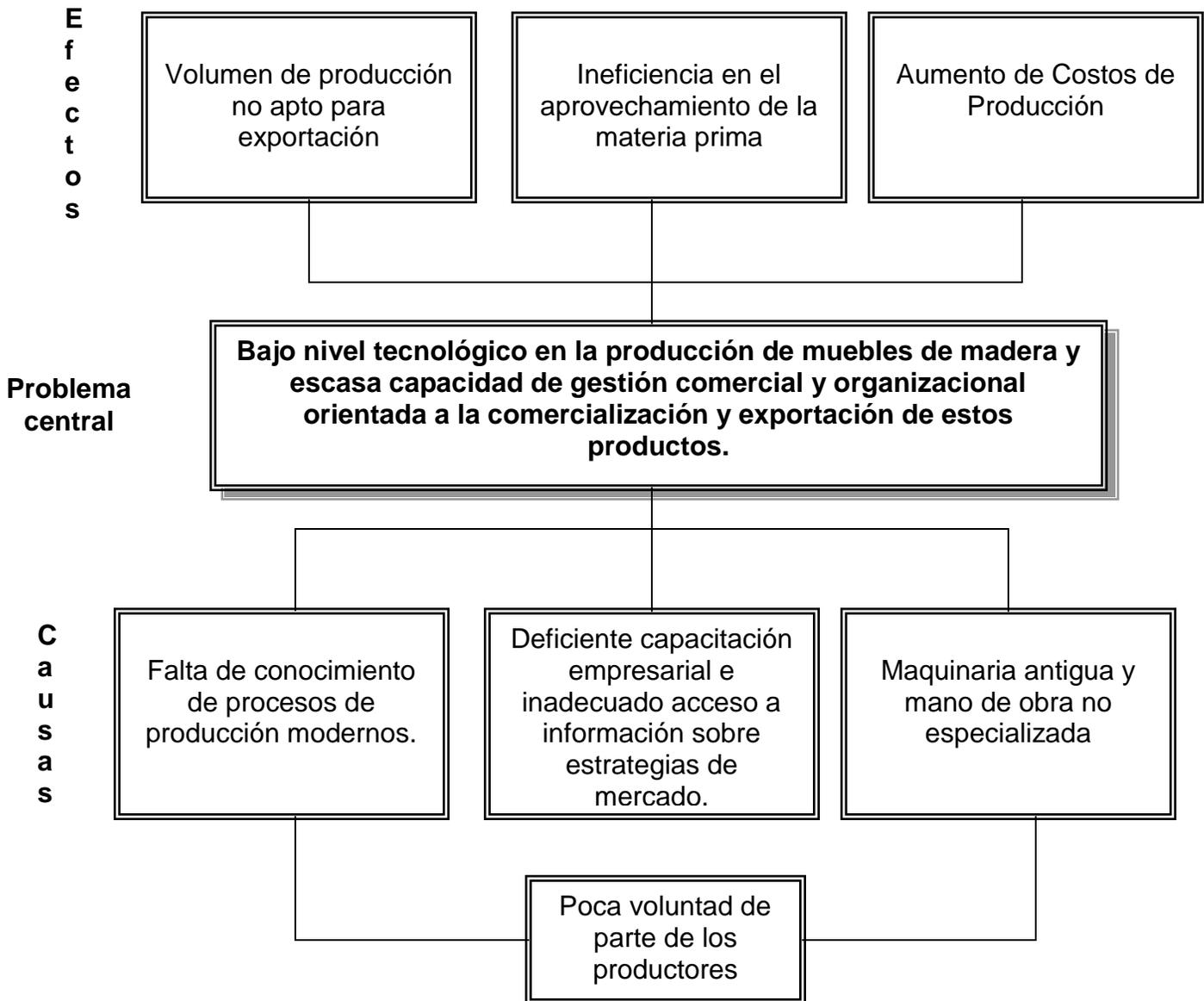
El problema central que se debe atender con este estudio descriptivo, es el bajo nivel tecnológico en la producción de muebles de madera y la escasa capacidad de gestión comercial y organizacional orientados a la comercialización y exportación de los productos derivados de la madera.

Esto es observado en el aspecto tecnológico, fundamentalmente por la falta de conocimiento de procesos de producción modernos y la escasa capacidad de diseño de los productos, acompañados en gran parte de las empresas, por la existencia de maquinaria antigua y mano de obra no especializada, dando como resultado un volumen de producción no apto para exportación e ineficiente aprovechamiento de la materia prima, con los consiguientes aumentos de costos de producción.

En cuanto a la organización empresarial la mayoría de las empresas son de carácter personal o familiar, basadas en la producción artesanal, orientadas al mercado nacional, vendiendo inclusive, ellos mismas en forma directa, sus productos al consumidor final. Esta forma organizativa, ligada a la falta de capacitación empresarial y un inadecuado acceso a la información, no permite que estas empresas encaren por si mismas estudios de mercados, estrategias competitivas, aplicación de criterios de calidad de acuerdo a las normas existentes y que desarrollen una política comercial orientada a la exportación.

Como sucede en otras actividades, en esta también existe poca voluntad de parte de los productores para asociarse a efectos de compartir recursos y generar volúmenes aptos para la exportación, salvo que esta actividad sea encarada por algún Organismo Estatal que fije las bases y dicte las reglas.

ARBOL DE PROBLEMA



OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS

GENERALES

Analizar de forma descriptiva la producción y comercialización de muebles de madera en los talleres artesanales en estudio, permitiéndole al productor conocer con mayor facilidad cómo hacer llegar el bien a consumidores con los beneficios de precios, calidad, tiempo y lugar.

ESPECIFICOS

- ❖ Analizar de forma descriptiva, la demanda insatisfecha o cantidad de bienes que en el mercado sea probable su consumo, sin haber determinado que ningún productor podrá satisfacer las condiciones bajo los cuales se hizo el cálculo.
- ❖ Evaluar los beneficios de su producción y compararlos con los costos de los recursos necesarios para lograrlos.
- ❖ Describir la viabilidad del estudio descriptivo de acuerdo con los factores predominantes en el mercado de los muebles de madera.

- ❖ Elaborar un Estudio Técnico de Ingeniería en cuanto a la materia prima, proceso productivo, recursos físicos y tecnológicos y el mas importante el talento humano; teniendo en cuenta el respectivo diagrama de proceso

- ❖ Realizar un análisis FODA, que permita visualizar las posibles estrategias que estos productores podrían implementar en dependencia de sus capacidades.

- ❖ Dar algunas conclusiones en cuanto a la producción y comercialización sobre de los tópicos encontrados en dicho análisis descriptivo.

MARCO TEORICO

OBJETIVO DEL MARCO TEORICO

El marco teórico, tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. Significa poner en claro para el propio investigador sus postulados y supuestos, asumir los frutos de investigaciones anteriores y esforzarse por orientar el trabajo de un modo coherente. Esto permitirá obtener un sistema teórico, sobre el conocimiento científico que se acerca al tema.

CONCEPTOS A CONSIDERAR EN NUESTRO ANÁLISIS DESCRIPTIVO

ARTESANIA

Actividad de transformación para la producción creativa de productos específicos que cumplen una función utilitaria, la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva a cabo en pequeños talleres con baja división social del trabajo y el predominio de la energía humana, física y mental, generalmente, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples.

ARTESANO

Persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas.

ASERRADEROS

Se refiere a los productores que venden la madera en tuca, en su mayoría, empresarios pequeños y medianos, que orientan la producción hacia el mercado interno, producto de los bajos niveles tecnológicos con que cuentan.

FABRICA DE MUEBLES DE MADERA

Aquí es donde existe mayor presencia de pequeños y medianos productores a nivel de toda la actividad, sin dejar de mencionar la importancia de los aportes económicos generados por estos.

Desde el punto de vista del origen de los dueños de los talleres, existen tres tipos de productores de muebles de madera, cuya clasificación es la siguiente:

- ❖ Los que están trabajando en sus talleres por herencia, es decir, que provienen del período de la década de los 70.
- ❖ Los que tuvieron cierto capital en su momento y compraron equipos, maquinarias, etc. e instalaron sus talleres.
- ❖ Obreros que trabajaron en empresas constructoras de muebles y pusieron sus talleres.

Desde el punto de vista de las líneas de producción, la composición y estructura del taller de muebles en la pequeña industria se divide en:

Línea de Ebanistería: Comprende la fabricación de sillas abuelitas, muebles de sala, camas, ropero, comedores, etc.

Línea de Carpintería: Refiere la fabricación de marcos de puertas, closett, marcos de ventanas, etc.

Los talleres se dedican a la elaboración de artesanías de madera con un alto contenido artístico, siendo su método de trabajo básicamente el artesanal, con gran aceptación en el mercado.

El taller que tiene menor aporte económico , no indica ser menos importante, ya que sus productos son de gran aceptación internacional (a través de los productos que son llevados por personas a sus familiares en el extranjero) y nacionales, lo que viene ha encerrar intrínsecamente la expresión cultural de la idiosincrasia de las raíces indígenas de los Nicaragüenses.

COSTOS FIJOS

Costo que en el corto plazo permanece constante cuando la cantidad producida se incrementa o disminuye, dentro de ciertos rangos de producción.

COSTOS INDIRECTOS

Costos normalmente de difícil identificación o resultados de bienes y servicios aplicables a la actividad en general.

MATERIA PRIMA

Constituyen los insumos que se necesitan para producir y son consumidos o transformados durante los procesos. Es el elemento físico que se incorpora a un proceso para su transformación en un producto.

Los bosques naturales son fuentes de materia prima para la cadena productiva de muebles de madera. Ya que de las plantaciones forestales se obtienen los trozos o también denominadas maderas en bruto procesadas por los aserraderos y convertidas en maderas aserradas o chapas, que posteriormente serán utilizadas por talleres que se dedican a la construcción o fabricación de muebles.

MADERA NATURAL

Es una sustancia dura y resistente que constituye el tronco de los árboles. Se clasifican en duras y blandas según el árbol del que se obtienen. Las propiedades principales son resistencia, dureza, rigidez y densidad. Esta última suele indicar propiedades mecánicas puesto que cuanto más densa es la madera, más fuerte y dura es. La resistencia engloba varias propiedades diferentes.

PINO

Existe una variedad de pino, por ejemplo el Pino Elliottii, es un árbol de tronco muy recto y cilíndrico, que puede alcanzar los 35 metros de altura, con hojas flexibles color verde oscuro. Originario del sudeste de Estados Unidos y adaptable a todo tipo de suelos y climas. Soporta muy bien las heladas y los calores fuertes.

Pino Paraná: Es un árbol que puede llegar hasta los 40 metros de altura, con un tronco de hasta un metro y medio de diámetro y puede vivir hasta 300 años. De copa grande aparasolada, con hojas alternas de forma de espiral punzantes, y tronco largo, recto y cilíndrico.

Pino Taeda: Es un gran árbol, de copa en forma de cono y hojas largas flexibles color verde claro. Su tronco es largo, recto y cilíndrico. Se destaca por su rápido crecimiento y crece en condiciones similares al Pino Elliottii.

CEDRO

Es un árbol de climas subtropicales, de unos 30 metros de alto y 1.20 metros de diámetro en el tronco aproximadamente. De copa frondosa, con hojas caducas y pequeñas flores de color blanco. El tronco generalmente es largo y recto, con corteza rugosa de surcos profundos dispuestos longitudinalmente.

Es una madera medianamente liviana, con un peso específico de 0.55. De color castaño rojizo, con vetas pronunciadas y un brillo dorado suave muy agradable. Presenta excelente estabilidad dimensional y buenas propiedades mecánicas. Lo que la hace ideal par mueblería y tornería.

OFERTA

Cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad.

DEMANDA

Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Conjunto de mercancías y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado, en un tiempo determinado a un precio dado. El análisis de la demanda parte del supuesto de que todos los factores se mantienen constantes, excepto el precio, y que a medida que cambia el precio, la cantidad demandada por el consumidor también varía.

MERCADO

Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. El mercado no necesariamente debe tener una localización geográfica determinada; para que exista es suficiente que oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes.

COMERCIALIZACIÓN

Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. Involucra actividades como compraventas al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento.

COMPETENCIA

Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares, a esto se le conoce como competencia. Es usual que cuando hablamos de competencia nos venga a la mente empresas que son nuestra directa competencia: aquellas que producen o comercializan los mismos productos. También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.

TALLER ARTESANAL

Espacio físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio o rama especializada de la producción generalmente, enmarcado en una expresión cultural particular, actividades mediante las que los ejecutores participantes, al mismo tiempo que transmite o asimilan los conocimientos de la profesión de acuerdo con sus respectivos niveles profesionales, elaboran una determinada clase de bienes mediante la transformación de materias primas, para lo que utilizan los elementos técnicos ahí instalados.

PRODUCTOS ARTESANALES

Son el resultado de la transformación de la materia prima con el predominio de la energía humana, física y mental, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples.

RESINA

Término aplicado a un grupo de sustancias orgánicas, líquidas y pegajosas, que normalmente se endurecen por la acción del aire, convirtiéndose en sólidos de aspecto brillante.

MASILLA PARA MADERA

La masilla para madera se usa para rellenar desperfectos e irregularidades en superficies de madera, está fabricada con resinas, nitrocelulosa, pigmentos activos e inertes, disolventes y aditivos balanceados para obtener un producto de fácil manejo y lijado, relleno, dureza y adherencia, con un acabado de calidad.

SELLADOR

Se utilizan como base en acabados para madera, están formulados con nitrocelulosa, solventes orgánicos, resinas sintéticas y plastificantes para cubrimiento de los poros y alta lijabilidad, permitiendo lograr superficies lisas que impiden la absorción de otros líquidos y mejorando la textura del material.

MATRIZ FODA

Técnica de valoración de potencialidades y riesgos organizacionales y personales, respecto a la toma de decisiones y al medio que afecta. Significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Es un análisis que consiste en evaluar las Fortalezas y Debilidades que están relacionadas con el ambiente interno y Oportunidades y Amenazas que se refieren al entorno externo de una empresa determinada.

Esta matriz es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

Esta matriz orienta el desarrollo de los impactos de un conjunto de eventos sobre el mismo conjunto y sobre otros eventos. Está contenida en una matriz de influencia, los valores de la diagonal contiene las probabilidades que han sido asumidas para cada evento.

ESTRATEGIAS

Es el patrón de objetivos y metas de los talleres así como las políticas y planes esenciales para lograrlos, definiendo en qué clase de negocios está o quiere estar la empresa y qué clase de empresa es o quiere ser. Es el lazo común entre las actividades de los talleres y las relaciones producto-mercado, que define la naturaleza esencial de los negocios en que actúa la organización y los negocios que prevé para el futuro.

MISIÓN

La misión indica la manera como una organización pretende lograr y consolidar razones de su existencia, esta señala las prioridades y la dirección de las actividades de una organización, identifica los mercados a los que se dirige, los clientes a los que quiere servir y los productos que quiere ofrecer, determina la contribución de los diferentes agentes en el logro de los propósitos básicos de la organización.

VISION

La visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa quiere y espera ver en el futuro.

ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO

Aunque un Estudio de Mercado debe facilitar la toma de decisiones, verificar las verdaderas potencialidades existentes en el mercado y reducir los riesgos ligados al proyecto, por lo tanto sus objetivos principales dependen de las características, naturaleza y magnitud del proyecto de inversión que se está formulando y evaluando pero independientemente del proyecto podemos determinar los siguientes objetivos :

Explicar descriptivamente la necesidad actual y futura de la producción de muebles de madera, al momento de colocar sitios en el mercado.

- ❖ Cuantificar las vías o canales a través de los cuales se comercializará la producción de muebles, así como las funciones que han de cumplir en el proceso de comercialización.
- ❖ Analizar la estructura actual del plan de venta de la producción de muebles que mantienen estos talleres artesanales.

El estudio de mercado en nuestro caso es de naturaleza sencilla y magnitudes pequeñas, entonces dicho análisis se hará a nivel de perfil, por lo tanto la información necesaria será de carácter secundario y las variables a considerar están caracterizadas a los consumidores analizar la demanda, reflexionar sobre los oferentes y determinar la demanda insatisfecha que cubren los talleres artesanales.

Por lo tanto los factores claves que iniciarán este análisis descriptivo están :

1. El nivel de información previa disponible sobre este producto en el mercado.
2. La extensión del producto o compartidores en el mercado.
3. La ubicación geográfica del mercado.
4. Materia Prima e insumos, calidad de precios, proveedores y la forma de abastecimiento.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Los Tipos de Productos que elaboran los Talleres en estudio, en la Rama de Madera y Muebles, se caracteriza por producir el mismo tipo de mueble. Como se puede observar en el siguiente cuadro.

TIPOS DE PRODUCTOS ELABORADO POR LOS TALLERES

TALLER	SILLAS ABUELITAS	COMEDOR	MUEB. DE EQUIP.	CAMAS	ROPEROS	CUNAS	JUEGO DE MIMB	JUEGO DE RATAN
1	X	X	X		X		X	X
2		X					X	X
3	X			X	X	X	X	X
4	X			X			X	X
5	X	X		X	X		X	X

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

Este cuadro, nos refleja que la mayoría de los talleres se caracteriza por producir sillas abuelitas, juegos de mimbre y ratan, ya que de estos productos existe una mayor demanda en el mercado.

Los materiales a usar en los productos, son la madera natural, los aserrillos y beneficiarios, estos pueden obtenerse con facilidad en el mercado nacional.

La madera es, por naturaleza, una sustancia muy duradera. Si no la atacan organismos vivos puede conservarse cientos e incluso miles de años.

MATERIA PRIMA Y MATERIALES

Abastecimiento de Materia Prima

La materia prima para elaborar estos muebles, que son elaborados en su mayoría de cedro, es bastante cara. Como sale muy difícil importarla del extranjero por el alto precio, se consigue en la Costa Atlántica. Llegan los comerciantes y los dueños de los talleres les hacen los encargos. Cada quintal de mimbre cuesta alrededor de dos mil córdobas.

Con respecto al abastecimiento de la materia prima (madera y mimbre), estos talleres no adquieren grandes cantidades, ya que no disponen de suficientes recursos para efectuar su compra, además que no disponen de normas específicas para planificar las cantidades de madera a comprar.

Todos los talleres utilizan materia prima nacional, parte de estos adquieren la madera y el mimbre en el propio local (distribución puerta a puerta) y en ocasiones compran en aserríos los trozos de madera para luego procesarla.

La diferencia que existe entre adquirir la madera en los aserríos o comprársela a personas que la extraen directamente del bosque de manera ilegal, consiste en que la madera adquirida a los primeros no puede ser aprovechada en un 100% ya que la misma es comprada en tuca, en cambio si se compra a los mismos abastecedores ilegales, estas la ofrecen en tablones lo que les permite a los microempresarios escoger los mismos con seguridad, sin correr el riesgo que esté dañada por dentro.

Además que existe una diferencia en cuanto a sus costos y el tipo de madera que utilizan. Presentado en el siguiente cuadro, los principales tipos de madera que utilizan y sus respectivos costos en córdobas son por pulgada vara.

TIPOS DE MADERA Y SUS COSTOS

TIPOS DE MADERA	MOTOSIERRA C\$ x Pulg/Vra	ASERRIO C\$ x Pulg/Vra.
CEDRO REAL	1.00	2.50 – 3.00
LAUREL	1.00	2.5
CAOBA	1.80	---

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

Los jefes de talleres pagan al contado su materia prima, un 100%. Esto nos indica que dependen de la liquidez del momento, es decir, de sus ventas diarias y no tienen posibilidades de programar o planificar la compra de ésta. Demostrado en el siguiente cuadro.

FORMA DE PAGO DE LA MATERIA PRIMA

FORMA DE PAGO	# DE TALLERES
Al contado	5
Al crédito	0
TOTAL	5

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

Es importante mencionar, que los talleres están condicionados a los encargos y requerimientos de los clientes y es hasta la comercialización del producto, que se vuelven a abastecer de materia prima.

El tipo de madera que utilizan los productos de muebles, está clasificada en maderas preciosas, muy preciosas y blanca, pero para su utilización óptima, se deben utilizar hornos de secado, ya que con esta técnica la madera alcanza la contextura y calidad que se necesita para fabricar muebles de calidad.

El método principal de secado que utilizan los jefes de talleres es el aire libre, esta es la causa principal que los productos trabajen preferentemente con madera preciosa, debido, a que son especies cuyo secado natural es más efectivo, que si se trabaja con especies consideradas blancas, por ejemplo: El Guanacaste, esta madera necesita sacarse con un cierto nivel tecnológico.

Existen diferentes sistemas de secado que los productores conocen pero que no tienen acceso al mismo (hornos de secado), por la situación económica que atraviesan, ya que el monto de inversión de capital que se necesita es alto. Esta cámara nada mas la ha adquirido un taller de la Masatepe. ⁽³⁾

(3) Fuente: Análisis Económico Microempresarial en la Rama Madera y Mimbres de Masatepe.

Autor : Gutiérrez Cavaría, María Elba.

Insumos

Los insumos son todos aquellos elementos tangibles o intangibles que son susceptibles de ser transformados. Pensemos por un momento en la producción de una mesa de madera; los insumos tangibles son: la madera, los clavos, el pegamento, el barniz, la pintura. Los insumos intangibles, en este caso, son la energía humana, energía solar, el conocimiento y la habilidad técnica de los trabajadores. Todos los insumos se mezclan, se cortan, se ensamblan, es decir se procesan, para obtener como resultado una mesa de madera. ⁽⁴⁾

Los insumos que estos talleres utilizan en el proceso productivo son: lijas, laca, zener, junco, pegamento, barniz, tela, espuma, clavos, etc.

Los jefes de taller dependen para su abastecimiento de aquellos insumos que son importados por el pequeño comercio o comerciantes privados de mayor capacidad, lo que los hace muy dependientes del comportamiento de los precios del mercado, como por ejemplo la madera, clavos, etc., estos insumos son adquiridos en las ferreterías de la localidad.

(4) Fuente: El Extensionista Empresarial Emerge, proceso de Formación.

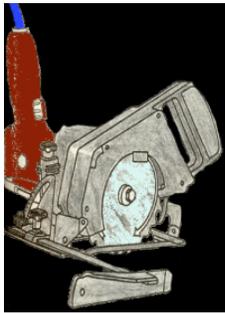
Autor : Francisco, A. Leguizamón

Proceso Tecnológico de la Elaboración

El tipo de proceso de producción que estos talleres utilizan se puede definir como una forma de producción por proceso, en tandas o lotes, dado que los productos que elaboran tienen características similares lo que les permite aprovechar las ventajas de la división del trabajo y el aprendizaje de sus empleados para fabricar mayores volúmenes de productos.

Los tipos de equipo eléctrico que utilizan en su proceso productivo, por lo general es el siguiente:

El equipo más importante utilizado en el proceso de producción es: Sierra



Circular

y Sierra sin Fin;



de estas

observamos que un 80% de los talleres visitados cuentan con ellas y un 20% no poseen el equipo; las herramientas de uso manual que utilizan son: Cepillo, taladro, formón, caladora, lijadora, martillo, serrucho, diablo, brocas, prensa c, sargento, escuadra, cinta métrica, presentados estos en el anexo 11.

La mayor parte de los equipos y herramientas utilizadas en el proceso productivo tienen una vida útil promedio de aproximadamente 5 años.

Los equipos eléctricos como caladora eléctrica y ruteadora su vida útil promedio es de aproximadamente 1 año debido a su fragilidad; pues al colocarse esta en la madera debe hacerse bien, ya que fácilmente se quiebra.

Todas las herramientas que tienen los talleres están en buen estado técnico y en uso, lo cual nos da una idea a la capacidad productiva existente, en el siguiente cuadro presentamos el valor estimado que tienen estos talleres en relación a su equipo y herramientas. El taller dos presenta mayor valor estimado ya que posee una cámara de secado

VALOR ESTIMADO DE LOS EQUIPO Y HERRAMIENTAS EN LOS CINCO TALLERES EN ESTUDIO

No. TALLER	VALORES ESTIMADO EN C\$
1	50,000
2	302,400
3	65,000
4	55,000
5	55,000
TOTAL	527,400
RANGO	No. TALLERES
> = 50 ,000.00	4
< = 310,00.00	1
TOTAL	5

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

Aquí abordaremos lo que se refiera a la comercialización de los productos que elaboran los talleres en estudio, destacando principalmente aspectos como; tipo de segmento al que dirigen su producción, la competencia que enfrentan, cómo distribuyen sus productos y la forma de cómo se hacen llegar a sus clientes, es decir, la publicidad.

El principal problema que manifiestan tener todos los jefes de taller en al comercialización de sus productos se debe a que la población no tiene un poder adquisitivo que le permita desviar sus recursos para adquirir un artículo de segunda necesidad, además de no poseer un local de exhibición en los principales mercados del país; estos talleres utilizan las ferias como un medio de dar a conocer sus productos y establecer relaciones comerciales con posibles clientes potenciales.

Uno de los talleres en estudio participa en ferias internacionales donde sus productos han gozado de una gran aceptación y ha recibido reconocimiento, lo cual le ha permitido establecer nuevos mercados y medir la demanda de sus productos en el exterior, así como adquirir conocimiento en trámites aduaneros.

Competencia

La Competencia Interna se da a nivel de todos los talleres debido a que producen los mismos diseños, lo que los obliga a competir entre ellos mismos en calidad y en precios, en muchas ocasiones se ven en la necesidad de bajar el precio de su producto para poder competir, lo que ocasiona una reducción en sus márgenes de ganancia, además de esto, compiten con otros productores en el ámbito nacional ubicadas en los departamentos de Granada, Masaya y Carazo.

El otro tipo de competencia que enfrentan, es la importación de muebles de plástico, metal, vidrio y madera, los que han introducido al mercado con precios bajos y con nuevas líneas de producción, además de las empresas nacionales y transnacionales como son el Gallo mas Gallo y Curacao.

Entre las medidas que los talleres establecen para enfrentar la competencia, están: mejorar sus diseños y la capacidad de distribución de sus productos, así como otorgar créditos a corto plazo.

Distribución

Fundamentalmente utilizan dos canales para la distribución de los productos, una es la venta directa al consumidor final en su propio taller o a través salas de exhibición, localizados uno de ellos en la antigua estación del ferrocarril de Masatepe y otro de Petronic 10Vrs. al Norte, este además de tener su sala de exhibición ahí se encuentra también el taller y otros por medio de intermediarios, los cuales se encargan con sus propios medios, de comercializar el producto.

El canal de distribución que utilizan preferentemente es el de vender en sus talleres dado que sus volúmenes de producción son reducidos. Esto les permite bajar sus costos de producción, ya que no todos los talleres cuentan con medio de transporte.

Publicidad

En estos talleres la publicidad es deficiente, debido a que no cuentan con los recursos líquidos necesarios para realizar esta actividad a través de los medios de difusión masivos, estos talleres carecen en un 80% de razón social, lo que no les permite que sus productos sean reconocidos.

Las únicas formas de publicidad que poseen son: por medio de exposición de sus productos en ferias y en las salas de exhibición de estos productos, ubicados en el Municipio, algunos talleres que tienen un poco mas de ingresos, en sus salas de exhibición o cuando se presentan en ferias, reparten tarjetas de presentación.

La publicidad para los talleres sería de gran importancia en las operaciones de comercialización del producto.

ESTUDIO TÉCNICO

OBJETIVO

Determinar la localización, el proceso de producción, especificar y describir los insumos, analizar el proceso productivo, mostrar los productos principales a usar en la elaboración de cierto artículo, identificar la necesidad de mano de obra y mostrar distribución de planta

Analizar el tamaño o magnitud del estudio descriptivo de los talleres artesanales basado en sus variables, capacidad de procesamiento, capacidad de producción y la potencia instalada.

LOCALIZACIÓN

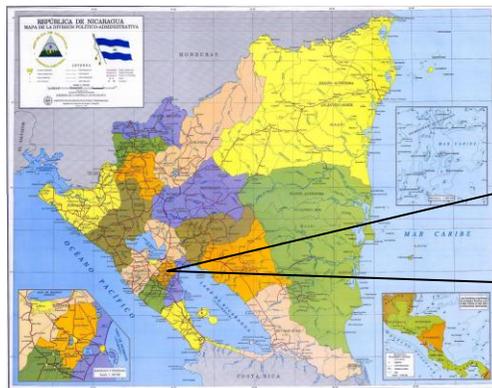
Macro y Micro localización del Municipio de Masatepe

Referente a la localización se realizó una descripción de la misma y la capacidad instalada de los talleres, así como las características fundamentales de su personal, en lo que se refiere: Sexo, edad, nivel académico y experiencia laboral de sus integrantes, a fin de tener una visión amplia y poder analizar su funcionamiento.

La Ciudad de Masatepe, departamento de Masaya, se encuentra localizada en la Región IV, Situado en las mesetas de los pueblos entre las coordenadas 11° 55´ de latitud norte y 86° 08´ de longitud Oeste. , Sus límites son: Al norte con los municipios de la Concepción y Nindirí, Al sur con el municipio del Rosario (Dpto. Carazo), Al este con la Laguna de Masaya y los municipios de Niquinohomo y Nandasmo.

Se ubica a 43 Kilómetros de la Ciudad de Managua; en el casco urbano de esta ciudad la población económicamente activa tiene un fuerte peso de artesanos que trabajan la madera y el mimbre.

MACROLOCALIZACION DE MASATEPE – MASAYA EN EL MAPA DE NICARAGUA



MASATEPE
MASAYA

MICROLOCALIZACION DEL MUNICIPIO DE MASATEPE

**MUNICIPIO
DE
MASATEPE**



Posee un clima semi húmedo (Sabana Tropical). La precipitación varia en los 1,200 y 1,400 mal. Caracterizada por una buena distribución de las lluvias durante el año. La temperatura oscila entre los 26° y 27° c.

Su Población cuenta con un total de 28,778 habitantes. Su población urbana es de 16,431 hab. Y su población rural: 12,347 hab.

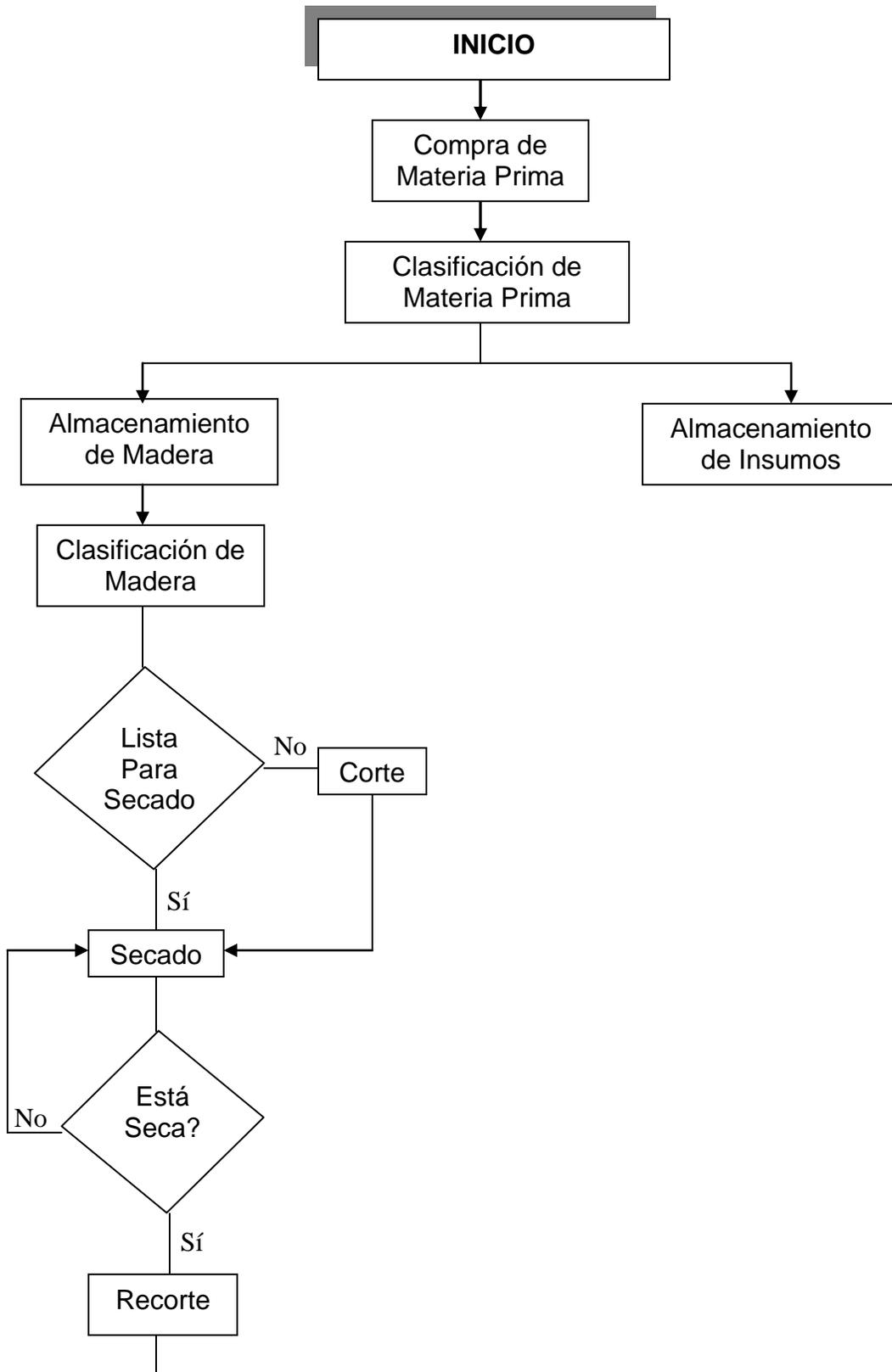
En sus fiestas Locales celebran a la Santísima Trinidad (imagen de color negro encontrada por un indígena en el tronco de un árbol. Fiesta de San Juan Bautista patrono de la Parroquia del municipio, se celebra con el tradicional tope de San Pedro originario de Nandasmo y la Virgen Maria Auxiliadora originaria de Pío XIII.

ANALISIS DEL PROCESO DE PRODUCCION

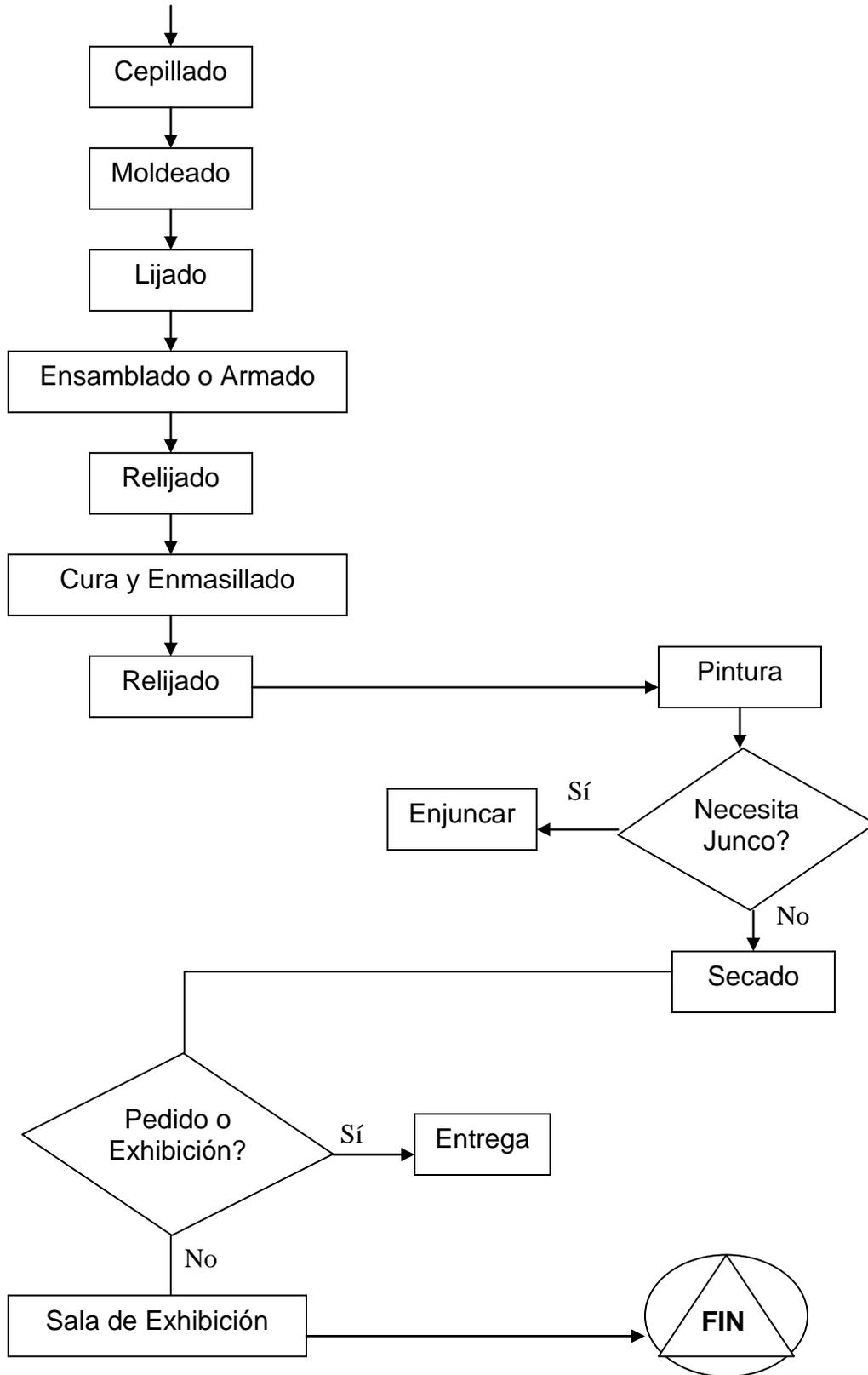
1. Se adquiere la materia prima a través de la compra directa al acerillo el cual lo deja en el taller, de igual manera se adquieren cada uno de los insumos.
2. Clasificación de la Materia prima (madera e insumos)
3. Se almacena la madera así como los insumos, duración un día.
4. Clasificación de la madera, ya que esta viene en bruto.
5. Si la madera está lista, ésta pasa al proceso de corte, si no se traslada para ser cortada adecuadamente.
6. La madera adquirida pasa a la cámara de secado. En este lugar la permanencia depende del tiempo que tenga de cortada la madera. Este proceso dura entre 20 a 22 días.
7. Ya cortada la madera esta pasa al proceso de cepillada.
8. La madera después de ser cepillada pasa al proceso de moldeado.
9. Al estar moldeada la pieza pasa al proceso de lijado para afinar su grosor que ésta presenta.
10. Las piezas moldeadas y lijadas son ensambladas y armadas pro el jefe del taller. Esta es una actividad importante puesto que es la que determinará la fortaleza que llevará el mueble. (Esta actividad es realizada por el jefe)

11. Al ser ensambladas y armadas, las piezas pasan al área de relijado para que quede con una superficie menos gruesa.
12. Ya fino el producto, pasa al área de cura y enmasillado, esta es una de las actividades muy importantes y cuidadosa ya que cura ciertas imperfecciones de la madera.
13. Curada y enmasillada pasa a la actividad de relijado, esta operación se realiza de manera manual y es para dejar mas fina la base del mueble.
14. Relijado, ciertas piezas pasan al proceso de enjuncado.
15. Después de relijado y/o enjuncado el mueble pasa al área de pintura y acabado final, esta es la ultima actividad pro la cual pasa el mueble y se le dan los retoques finales para luego ser trasladado al departamento de venta.
16. Ya pintada la pieza, ésta es secada de forma natural en el área del taller, donde entren de forma directa los rayos solares.
17. Si el producto era un pedido se hace la entrega al cliente.
18. Si el producto es para venta, éste es trasladado a la sala de exhibición.

DIAGRAMA DE FLUJOS DE PROCESO



Análisis Descriptivo de Producción y Comercialización
en la Rama de Madera y Muebles en cinco talleres del Municipio de Masatepe



ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE PRODUCCION

El comportamiento de los Volúmenes de Producción con relación al tipo de proceso que utilizan estos talleres varía cada mes y son generalmente bajos. La producción es variada, elaboran juegos de muebles de madera en sus diferentes estilos, la mayoría de los talleres producen alrededor de 8 a 24 juegos variados mensuales.

Los principales factores que repercuten en los volúmenes de producción son ocasionados por los siguientes elementos:

La ubicación de la maquinaria dentro del taller, no se encuentra ubicada de forma tal que permita llevar a efecto un proceso de producción continuo, lo que trae como consecuencia estancamiento y tiempos muertos en la producción, información recabada por medio de entrevistas directas a los dueños de talleres.

El tipo de maquinaria que se utiliza en el proceso productivo es obsoleto, lo que no permite darle a los productos un acabado y la calidad que se requiere, para que estos sean competitivos, en un mercado cada vez más exigente.

La falta de equipos y herramientas suficientes, trae como consecuencia atrasos en la producción por el tiempo perdido, ya que generalmente hay que esperar que un obrero desocupe estos para que otro pueda continuar, este factor trae como consecuencia que se eleve el costo de producción.

La falta de capacitación de mano de obra y los bajos salarios existentes, son factores que inciden de manera directa en los costos de producción, producto que el rendimiento es bajo y genera demasiado desperdicio y pérdidas.

El salario de los trabajadores está determinado por la cantidad de productos que ellos elaboran, no disponen de un salario fijo, ni prestaciones que les permita cubrir sus necesidades, si no hay producción, no reciben pago, la forma de pago generalmente es semanal, por lo que se hace necesaria la venta de sus productos para poder cumplir con el pago de estos.

En lo que respecta al tipo de proceso que utilizan, se puede observar que todos los talleres realizan el mismo, sin existir ninguna diferencia significativa entre ellos.

ANÁLISIS DEL CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad, es un elemento clave para la buena productividad y competitividad, en estos talleres los propietarios consideran que realizan la misma a través de la observación directa, aunque se hace necesario no solo observar, sino que efectuar controles de calidad más intensos, desde la recepción de la materia prima, la calidad en el maquinado hasta el producto terminado, ya que la calidad del producto es determinada para elevar las ventas.



Los controles de calidad son básicamente empíricos, dado que la mayoría de los talleres realizan sus trabajos sobre la base de la experiencia acumulada, por lo general estos supervisan el proceso de elaboración del mueble desde su inicio hasta el final, a través de la observación.

La falta de un control de calidad efectivo tiene repercusiones en los costos de producción ya que al no realizar una evaluación en la utilización de la materia prima e insumos, se producen grandes cantidades de desperdicios que incrementan los costos.

La forma en que estos microempresarios determinan sus costos de producción es empíricamente, en algunos casos por la basta experiencia de los dueños, en su totalidad los talleres no manejan sistemas de registro contable que les permita determinar con veracidad los gastos en que han incurrido en la elaboración de un producto y por ende no pueden determinar el precio final del producto.

Se puede observar en el análisis de estos talleres, que sus costos de producción son calculados de manera global, resumiendo en los mismos gastos de materia prima, materiales y mano de obra.

Aunque algunos consideran gastos estimados por: pago de agua, luz, depreciación de maquinaria, los que no son determinados de acuerdo a ningún principio contable.

En el siguiente cuadro se muestra un análisis de dos talleres diferentes que elaboran un juego de silla abuelitas, o sea un producto similar en cinco días, con diferencia de costos, esto se deba a que la capacidad de producción varia en los talleres, de acuerdo a esto se maneja la cantidad de trabajadores y la capacidad de volumen de compra de materia prima.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	CORTADA	ASERRADA
Materia Prima (Madera)	800	1500
Materiales (Insumos)	200	220
Mano de Obra	200	250
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	1,200	1,970

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Capacidad Instalada

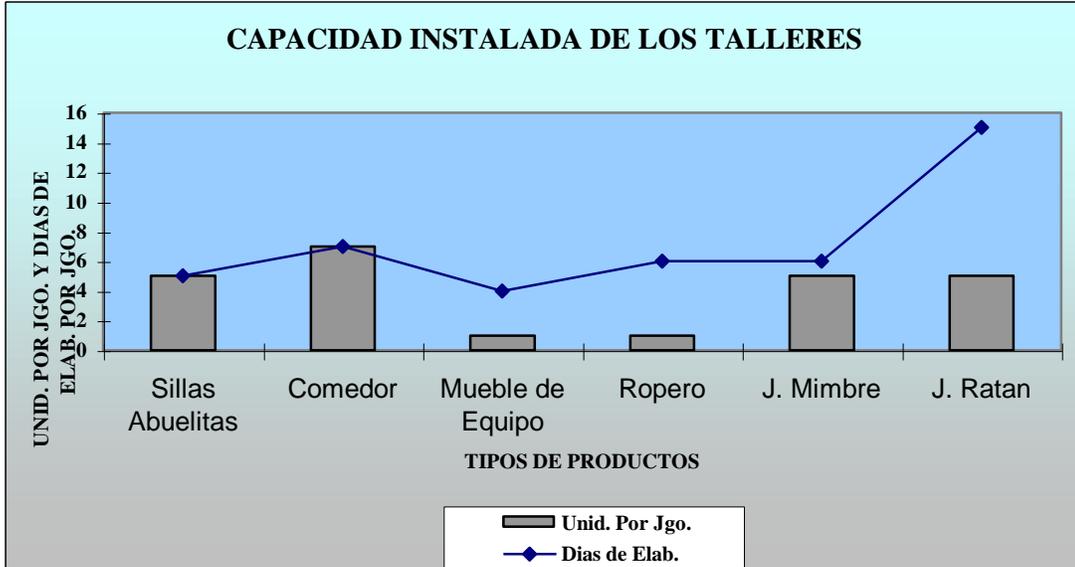
Existe un alto porcentaje de sub. Utilización respecto a la capacidad instalada de los talleres, debido fundamentalmente a que no todos los talleres tienen el capital de trabajo suficiente, para elevar sus volúmenes de producción. Así como no cuentan con todas las herramientas necesarias para llevar a efecto este proceso.

En los cuadros siguientes presentamos datos de la capacidad instalada de los cinco talleres en estudio.

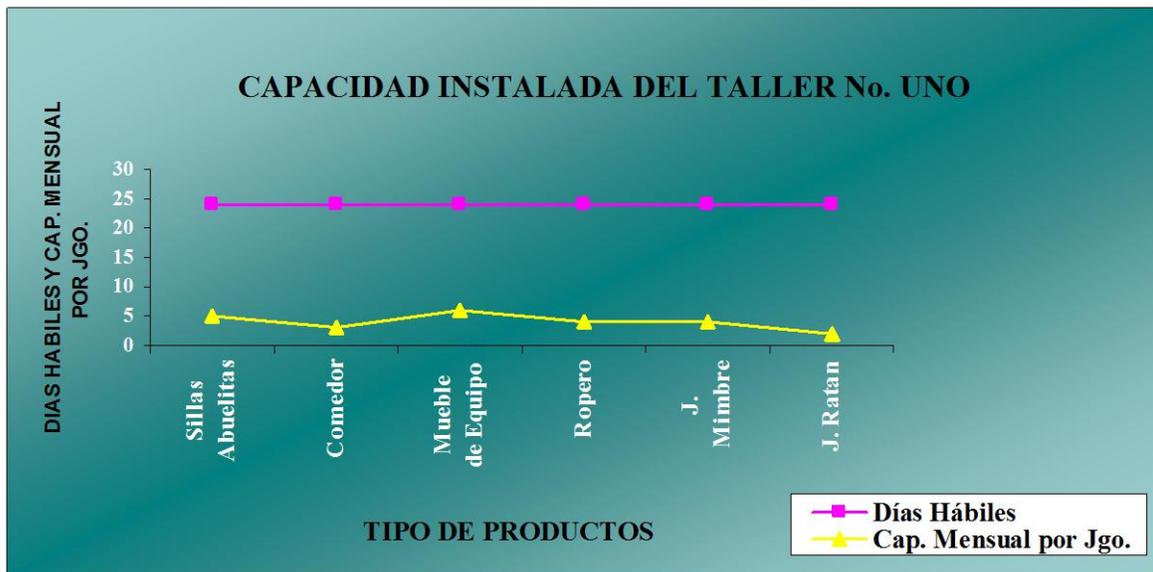
CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO UNO

TALLER No.	TIPO DE PRODUCTOS	No. DE UNIDADES POR JUEGO	TIEMPO EN DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO	DIAS HABLES	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO
	Sillas Abuelitas	5	5	24	5
	Comedor	7	7	24	3
1	Mueble de Equipo	1	4	24	6
	Ropero	1	6	24	4
	J. Mimbres	5	6	24	4
	J. Ratan	5	15	24	2
				TOTAL	24

**REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA CAPACIDAD INSTALADA
 PARA EL TALLER NUMERO UNO
 UNIDAD POR JUEGO Y DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGOS**



**REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA CAPACIDAD INSTALADA
 PARA EL TALLER NUMERO UNO
 DIAS HABLES Y CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO**

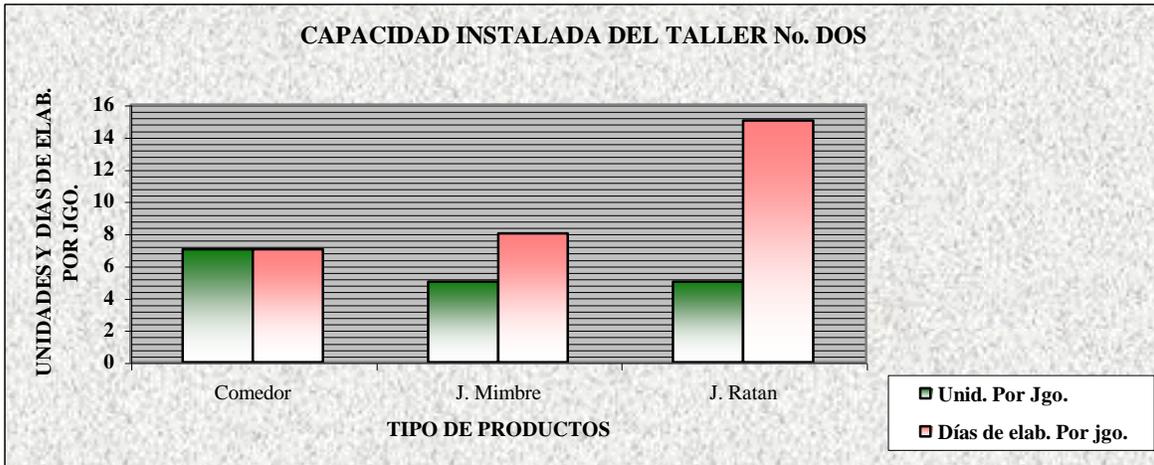


CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO DOS

TALLER No.	TIPO DE PRODUCTOS	No. DE UNIDADES POR JUEGO	TIEMPO EN DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO	DIAS HABLES	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO
	Comedor	7	7	24	3
2	J. Mimbres	5	8	24	3
	J. Ratan	5	15	24	2
				TOTAL	8

**REPRESENTACIÓN GRAFICA
 CAPACIDAD INSTALADA PARA EL TALLER NUMERO DOS**

UNIDADES, DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS



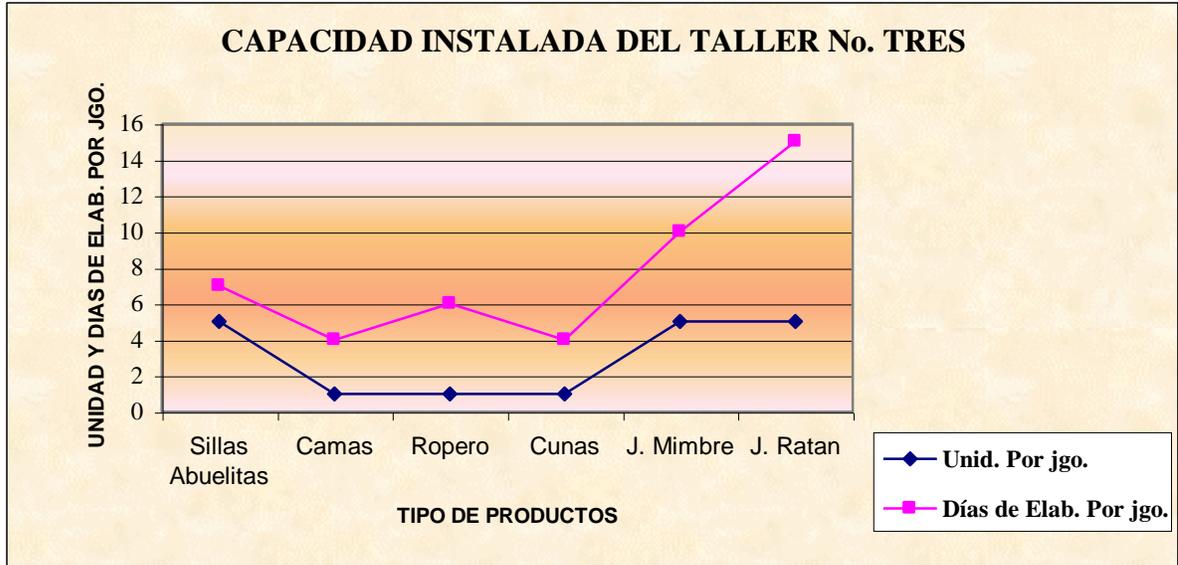
DIAS HABLES, CAPACIADA MENSUAL POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS



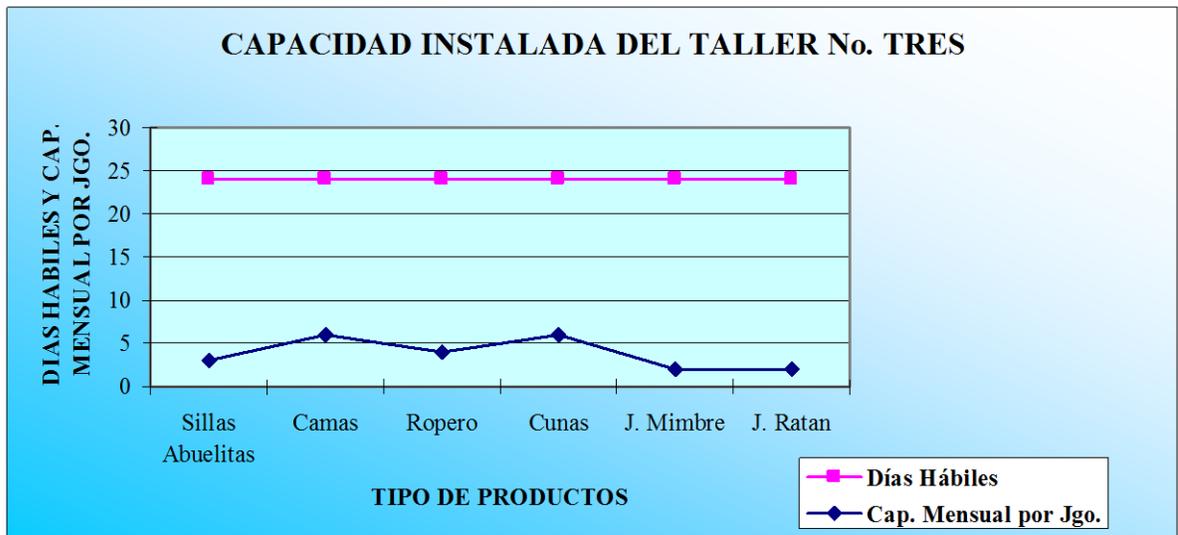
CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO TRES

TALLER No.	TIPO DE PRODUCTOS	No. DE UNIDADES POR JUEGO	TIEMPO EN DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO	DIAS HABILES	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO
	Sillas Abuelitas	5	7	24	3
	Camas	1	4	24	6
3	Ropero	1	6	24	4
	Cunas	1	4	24	6
	J. Mimbre	5	10	24	2
	J. Ratan	5	15	24	2
				TOTAL	23

**REPRESENTACIÓN GRAFICA
 CAPACIDAD INSTALADA PARA EL TALLER NUMERO TRES
 UNIDADES, DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS**



**REPRESENTACIÓN GRAFICA
 CAPACIDAD INSTALADA PARA EL TALLER NUMERO TRES
 DIAS HABLES, CAPACIADA MENSUAL POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS**

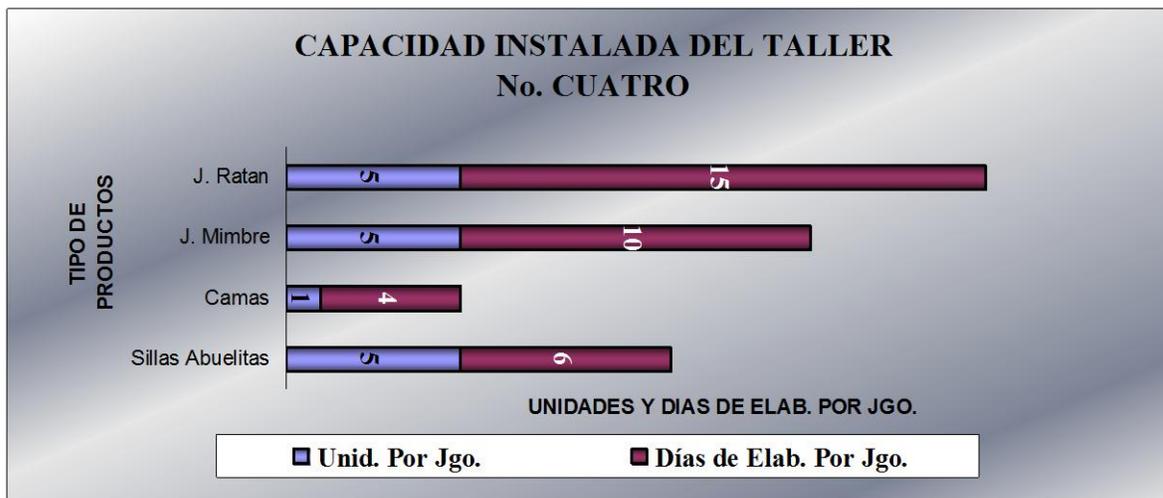


CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO CUATRO

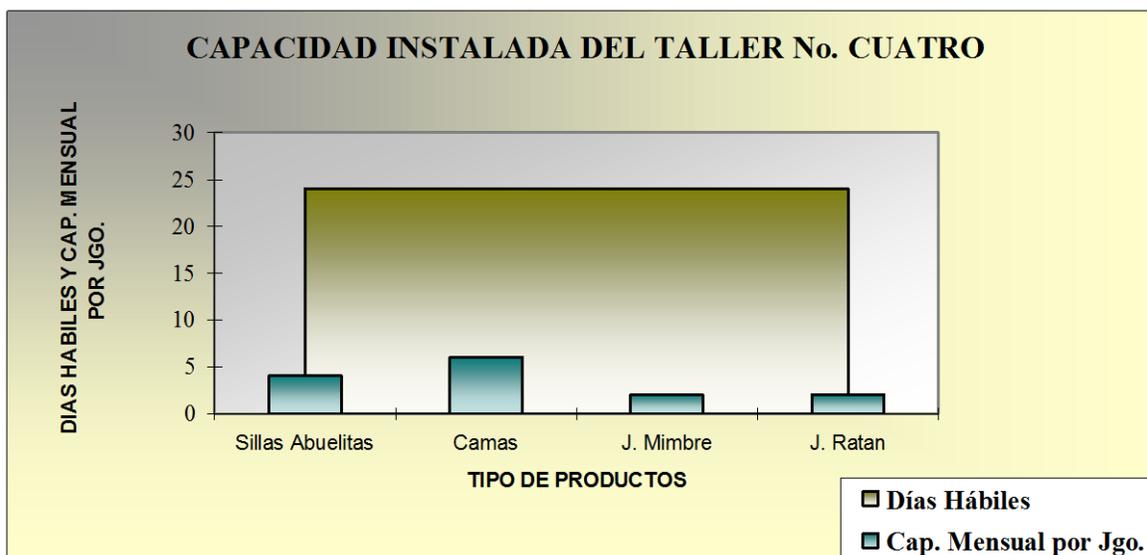
TALLER No.	TIPO DE PRODUCTOS	No. DE UNIDADES POR JUEGO	TIEMPO EN DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO	DIAS HABILES	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO
	Sillas Abuelitas	5	6	24	4
4	Camas	1	4	24	6
	J. Mimbres	5	10	24	2
	J. Ratan	5	15	24	2
				TOTAL	14

REPRESENTACIÓN GRAFICA CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO CUATRO

UNIDADES, DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS



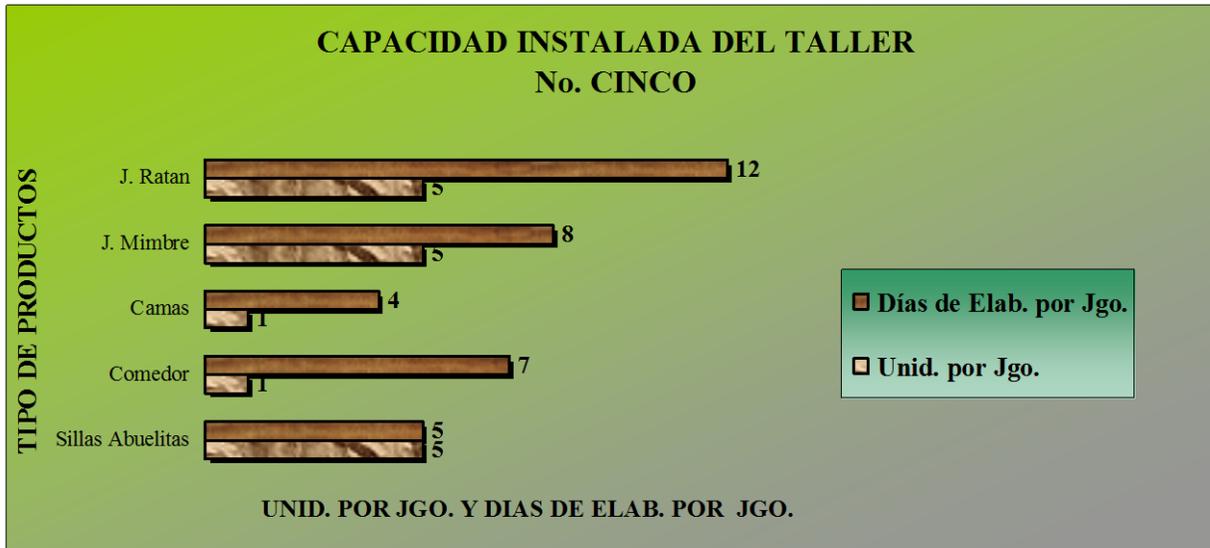
DIAS HABLES, CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS



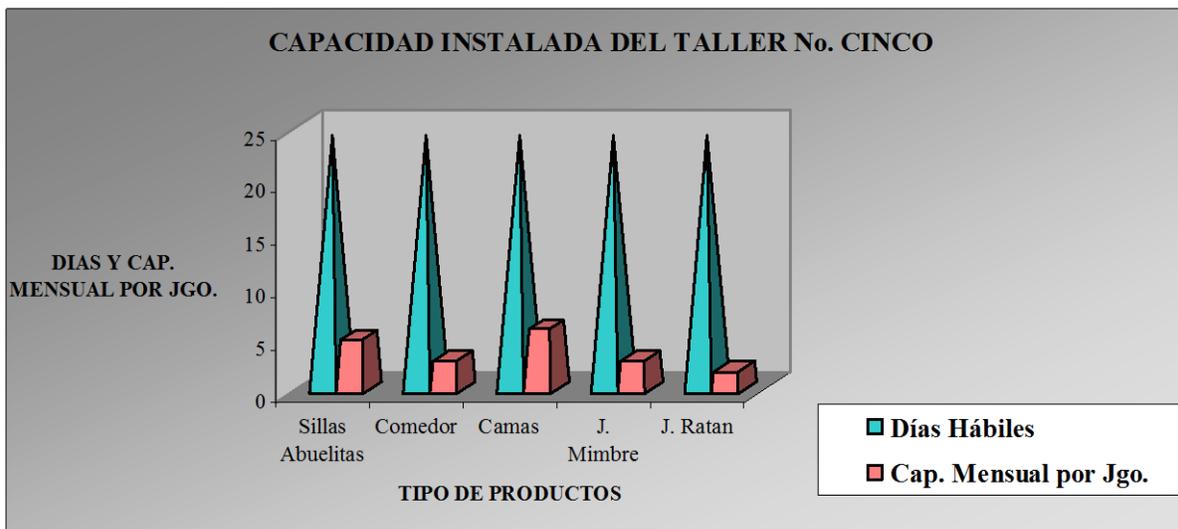
CAPACIDAD INSTALADA DEL TALLER NUMERO CINCO

TALLER No.	TIPO DE PRODUCTOS	No. DE UNIDADES POR JUEGO	TIEMPO EN DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO	DIAS HABILES	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO
	Sillas Abuelitas	5	5	24	5
	Comedor	1	7	24	3
5	Camas	1	4	24	6
	J. Mimbres	5	8	24	3
	J. Ratan	5	12	24	2
				TOTAL	19

**REPRESENTACIÓN GRAFICA
 CAPACIDAD INSTALADA PARA EL TALLER NUMERO CINCO
 UNIDADES, DIAS DE ELABORACIÓN POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS**



**REPRESENTACIÓN GRAFICA
 CAPACIDAD INSTALADA PARA EL TALLER NUMERO CINCO
 DIAS HÁBILES, CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO Y TIPO DE PRODUCTOS**



El 80 % de los talleres comenzaron su actividad en la década de los 80, con un período de fuerte crecimiento en el primer quinquenio.

El rango de fundado de los talleres oscila entre los 6 y 28 años, a través de esto se puede deducir que el nivel de experiencia empresarial difiere en cada uno de los negocios.

De los 5 talleres, cuatro iniciaron sus actividades con recursos propios y la adquisición de su maquinaria fue mediante un efectivo gradual, o sea, a medida que iban obteniendo dinero lo invertirían en más activos fijos, solamente un taller inició con financiamiento del banco y de igual forma fue adquiriendo su maquinaria.

En todos los casos nos encontramos con talleres del tipo casero, es decir, de propiedad individual, cuatro de ellos en zonas poco transitadas, encontrándose en una situación de desventaja ante otros talleres, ya que sus productos no están a la vista de los posibles clientes potenciales y uno de estos talleres se encuentran en un área de mayor circulación de clientes.

Es importante señalar que solamente el 20 % utiliza razón social, lo cual le establece una posición ventajosa con respecto al resto de talleres.

Sobre la base de las entrevistas realizadas a los Propietarios de los talleres, se puede determinar que el 100% del personal que laboran en los mismos aprendieron el oficio de una forma empírica.

La experiencia de los dueños de taller oscila en un rango de 25 a 35 años y con relación a los trabajadores sociales entre 10 a 15 años de experiencia, observamos que aunque el personal que conforma estas unidades de producción cuentan con una base técnica de aprendizaje escasa, estos poseen una gran creatividad y tienen iniciativas de superación en la elaboración de los productos.

Otro factor que ha afectado es la fuerte contracción de la demanda existente, producto de la crisis económica que atraviesa el país, dado que en algunos talleres la demanda de los productos es muy poca, ya que ésta varía según requerimientos del mercado.

Como podemos observar cada taller tiene características diferentes y en ninguno de ellos existe un diagrama de flujo de proceso que les permita determinar el número máximo de unidades físicas que pudieran producir por minuto, hora y número de operarios, de que requiere cada fase del proceso de producción, por lo que los datos presentados son un estimado de los jefes de talleres en base a sus características propias.

No existe ningún analfabeto en los talleres en estudio, el 74% tiene un nivel académico de primaria y un 26% tiene concluido el ciclo básico, lo que demuestra que ha diferencia de sus padres, sus descendientes se están preparando académicamente, lo cual les permitirá en un futuro fortalecer sus pequeñas unidades de producción, con una mejor organización del trabajo.

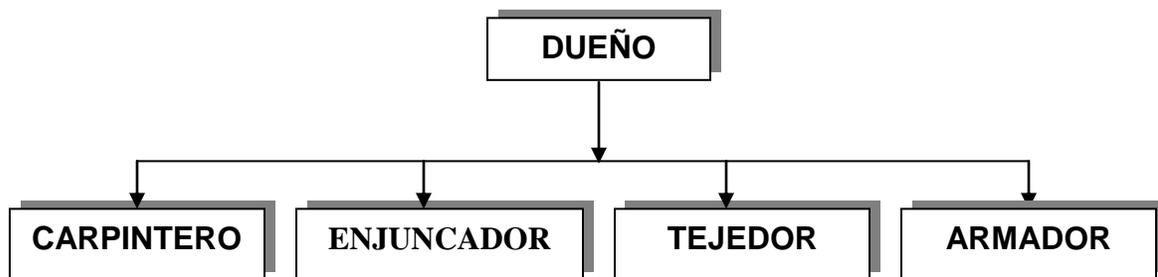
Con relación al sexo, indican que en los cinco, los que dirigen la actividad económica son hombres en un 100%. No obstante en ocasiones contratan de manera temporal mano de obra femenina, para realizar trabajos al fabricar muebles de mimbre, dado el tipo de actividad que se requiere en este proceso (Técnicamente Manual), en algunos talleres como es familiar, la esposa es la que hace el marketing con los clientes que llegan al taller.

Generalmente en los talleres, el mayor índice de la fuerza laboral está compuesta por una fuerza de trabajo familiar, aunque en la actualidad los talleres han tenido una tendencia decreciente, en cuanto al nivel de empleo, producto de la baja en la producción y las ventas.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LOS TALLERES

Según Datos Generales, la característica básica de los Talleres de Madera y Mimbres es, que normalmente son negocios pequeños que deben tener como mínimo un jefe (dueño), este hace el control de calidad, un carpintero, un enjuncador, un tejedor y un armador. Un taller grande, tiene dos oficiales y tres ayudantes.



Estos talleres por lo general cuentan con el siguiente personal:

JEFE DE TALLER O DUEÑO

Siempre es el dueño. Trabaja, lleva la iniciativa y al mismo tiempo dirige el trabajo, lo divide, controla y supervisa el proceso de producción, compra la materia prima, está sobre la producción del mueble, su acabado final y vende lo producido. Todo esto es elaborado empíricamente sin observar normas de trabajo, ya que solamente se elabora basándose en la experiencia.

De acuerdo a los encargos o requerimientos del cliente, este desarrolla el modelaje, donde define como o qué tipo de muebles se van a fabricar y el tipo de diseño que vaya acorde a las exigencias del mercado, además orienta qué grueso y ancho tendrá la madera, es decir sacada y alistado, y ya seleccionada la madera, la raya en su totalidad, para luego sacar todas las piezas rayadas, rollizando después piezas rectas (torna puntas, crucetas) y piezas de respaldo.

Carpintero

Este se encarga de limpiar la madera como parte inicial, luego realiza el tallado de fondo y respaldo en etapas coordinadas, es decir, va dándole forma al mueble (esqueleto), quedando como parte final la pegada de los balancines y la mesa como complemento importante al juego de muebles.

Enjuncador

Este se encarga de la utilización del junco plástico, para enjuncar o forrar los fondos y respaldos que se utilizan en el juego de muebles, también se realiza la misma labor con bejuco o mimbre, de acuerdo a lo encargado. Es importante señalar que realiza otras labores como la hechura de la trenza, enroscado y forrada de los respaldos.

Tejedor

Este realiza con el bejuco o mimbre, la forma y estilo del mueble. Su función se divide en dos etapas:

- ❖ Canastas (o asiento)

- ❖ Vuelta (comprende brazos, costilla, bomba)

- ❖ Rematador

Esta función la realiza el jefe de taller, ya lista la pieza o el juego de muebles; es lavado con agua, detergente y cloro; luego pega la trenza, pule la madera y finalmente la barniza o pinta. En ocasiones se asigna a otra persona en especial para esta función.

Armador

Esta actividad la realiza el oficial, el que se encarga de espigar y escoplear. Luego de armar, repasar, lijar y revisar la pieza.

Al referirnos a un taller de muebles de madera y mimbre, estamos haciendo mención, al proceso de elaboración de un juego de muebles de cinco piezas, el que está compuesto por cuatro mecedoras y una mesa.

En cuanto a la elaboración del producto, difiere la madera del mimbre, ya que este ultimo requiere de mayor tiempo de trabajo, por ejemplo: un juego de muebles de madera, se elabora en cinco días trabajando tres hombres, mientras que el mimbre, se elabora en ocho días, trabajando cuatro hombres.

Se debe tener como requisito indispensable los siguientes instrumentos.

(Ver anexo 11)

- ❖ Banco de Carpintero
- ❖ Barreno
- ❖ Berbiqui
- ❖ Botador
- ❖ Brocas
- ❖ Carcel
- ❖ Cepillo Eléctrico Integral
- ❖ Cepillos y Garlopas
- ❖ Guillone
- ❖ Destornilladores
- ❖ Escofinas
- ❖ Escoplo
- ❖ Escuadras
- ❖ Formones
- ❖ Fresadoras
- ❖ Gramil
- ❖ Gubia (Formón)
- ❖ Lijadora Orbital
- ❖ Maquina Universal (Taladro)
- ❖ Martillos
- ❖ Mazo
- ❖ Punzón
- ❖ Prensa C
- ❖ Sargento
- ❖ Sierras o Serruchos manuales
- ❖ Sierra Circular
- ❖ Sierra de Calar o Vaivén
- ❖ Tenazas

Para la administración de todos los productores de muebles de madera, el Plan Nacional de Integridad contiene herramientas que le permiten a estos, hacerse partícipe del proceso, en el marco de una necesaria participación en los asuntos públicos, estimulado, claro está, en los principios fundamentales que contempla nuestra Carta Política.

El propósito del Plan Nacional de Desarrollo, es compartir con todos, la ruta que se consulta con distintos grupos, como los artesanos en muebles de madera, identificando las acciones para construir un futuro diferente, un futuro digno y de bienestar para todos.

Este es un esfuerzo de ordenamiento de prioridades para alcanzar resultados estratégicos, por medio de acciones a corto, mediano y largo plazo para lograr un desarrollo integral del país, por medio de generación de leyes y políticas adecuadas para la protección de nuestro medio ambiente y la renovación de nuestros recursos naturales, la equidad social y de género, tanto como proteger a nuestros grupos vulnerables, de nuestro país.

ANÁLISIS FODA

Este análisis consiste en evaluar las Fortalezas y Debilidades que están relacionadas con el ambiente interno y Oportunidades y Amenazas que se refieren al entorno externo de los talleres en estudio.

Esta matriz es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

Estrategia, es el patrón de objetivos y metas de los talleres así como las políticas y planes esenciales para lograrlos, definiendo en qué clase de negocios está o quiere estar la empresa y que clase de empresa es o quiere ser. Es el lazo común entre las actividades de los talleres y las relaciones producto-mercado, que define la naturaleza esencial de los negocios en que actúa la organización y los negocios que prevé para el futuro.

En el anexo No. 1 presentación de matriz FODA para la formulación de estrategias.

ANÁLISIS EXTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

OPORTUNIDAD:

- ❖ Participación en las diferentes ferias tanto nacionales como internacionales.
- ❖ En la actualidad los miembros de los talleres asisten a capacitaciones sobre diseño impartidas por el IMPYME así como ONG.
- ❖ Nicaragua cada vez se convierte en un destino turístico y esta ciudad ofrece un panorama atractivo tanto para visitantes nacionales como internacionales.
- ❖ Los dueños de talleres están elaborando su propio catalogo para poder patentizarlo ante el Ministerio de Industria y Fomento.
- ❖ Los talleres están planeando elaborar un sitio web para poder mostrar sus productos de una forma directa con los clientes en el extranjero.
- ❖ Clientes nacionales que viven en el extranjero, cuando visitan Nicaragua, adquieren productos elaborados en estos talleres y al regresar a los países de origen son vistos por amistades, los cuales al venir a nuestro país adquieren mas de un producto.
- ❖ Apoyo por parte del Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), a través de la cooperación de Austria (CONA), Organismo que apoya el desarrollo de los microempresarios de la madera.

AMENAZAS.

- ❖ La incursión de grandes empresas en la importación de muebles tales como EL GALLO MAS GALLO, LA CURACAO, que venden y ofrecen productos a más bajos precios.
- ❖ La importación de muebles usados por negocio conocidos como PULGEROS,
- ❖ La ciudad de Granada y Masaya, también elaboran productos de bajos precios.
- ❖ Falta de ley no aprobadas por el gobierno de nuestro territorio, no apoya al desarrollo de las microempresas de madera.
- ❖ Asociaciones formadas por talleres y artesanos de otras ciudades que tienen mas posibilidades de financiamiento para la distribución del producto a nivel Nacional como Internacional.
- ❖ Las condiciones por parte del MARENA, no permite en algunas ocasiones adquirir madera fina.

ANÁLISIS INTERNO

IDENTIFICACIÓN DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES

FORTALEZA:

- ❖ Utilizan materiales de primera calidad tales como: madera, mimbre, entre otros.

- ❖ Los productos elaborados en los talleres en estudio, son de primera calidad.

- ❖ Los jefes de talleres(dueños) supervisan cada proceso en la elaboración del producto terminado.

- ❖ Los materiales utilizados se adquieren de forma rápida ya que la mayoría son de la zona.

- ❖ La ubicación de la ciudad de Masatepe ofrece una buena oportunidad para comercializar estos productos puesto que es una ciudad turística.

- ❖ Todos los miembros de los talleres constan con amplia experiencia histórica.

- ❖ Los productos elaborados en estos talleres son atractivos y cotizados para el mercado nacional así como para el mercado extranjero.

DEBILIDAD.

- ❖ El MAGFOR aun no aprueba las licencias para que los motosierristas⁽¹⁾ puedan sacar y vender libremente la madera o los artesanos
- ❖ Por Aprobación de leyes que prohíban la tala y comercio ilegal de la madera, se puede presentar escasez de madera para los próximos años.
- ❖ No todos los talleres cuentan con los equipos necesarios para la elaboración de los productos, como por ejemplo la cámara de secado.
- ❖ Los estilos o modelos son fácilmente copiados por otros talleres de la zona.
- ❖ Se trabaja con poco capital puesto que para este negocio no existe mucho financiamiento por parte del gobierno y organismos internacionales.
- ❖ La competencia por parte de comercializadores de muebles de madera como son EL GALLO MAS GALLO, TROPIGAS, CURACAO y PULGUEROS.
- ❖ Estos talleres carecen de propaganda a nivel Nacional como Internacional, solamente en Ferias como MICROFER, ellos aprovechan brindar tarjetas de presentación a sus visitantes.
- ❖ El producto terminado no es exhibido en otros departamentos donde los clientes conocen de madera, por ejemplo el norte de Nicaragua.

(1) motosierrista: persona dedicada a aserrar madera de manera ilegal. Los artesanos adquieren esta madera a bajos precios

IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

ESTRATEGIA FORTALEZA - OPORTUNIDAD

- ❖ Los talleres en estudio trabajan de forma personalizada y participan en ferias tanto Nacionales como Internacionales.
- ❖ Todos los miembros cuentan con experiencia no menos de seis años, parte de éstos, han asistido a capacitaciones impartidas por diferentes organizaciones.

ESTRATEGIA DEBILIDAD - OPORTUNIDAD

- ❖ Los estilos o modelos son fácilmente copiados por otros talleres de la zona, es por esa razón que quieren patentizar sus catálogos.
- ❖ Apoyo por medio de CONA a los diferentes talleres, ya que no todos cuentan con equipos necesarios para la elaboración de sus productos.

ESTRATEGIA FORTALEZA - AMENAZA

- ❖ Estos talleres utilizan madera de primera calidad respecto a su competencia que venden a un precio más bajo pero de inferior calidad.
- ❖ Los productos son diseñados y elaborados al gusto del cliente en cambio otros no, como son los importados.

ESTRATEGIA DEBILIDAD - AMENAZA

- ❖ Aprobación de leyes para favorecer el desarrollo de estos talleres por medio de las Instituciones de Estado.
- ❖ La escasez de madera vuelve vulnerable a la producción de productos de alta calidad y esto favorece a la venta de productos importados, Competencias.

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL SISTEMA ESTRATÉGICO

ESTRATEGIAS

E1.- Los talleres en estudio trabajan de forma personalizada y participan en ferias tanto Nacionales como Internacionales.

E2.- Todos los miembros cuentan con experiencia no menos de seis años, parte de éstos, han asistido a capacitaciones impartidas por diferentes organizaciones.

E3.- Los estilos o modelos son fácilmente copiados por otros talleres de la zona, por esta razón se requiere patentizar sus catálogos.

E4.- Apoyo por medio de CONA a los diferentes talleres, ya que no todos cuentan con equipos necesarios para la elaboración de sus productos.

E5.- Estos talleres utilizan madera de primera calidad respecto a su competencia que venden a un precio más bajo pero de inferior calidad.

E6.- Los productos son diseñados y elaborados al gusto del cliente en cambio otros no, como son los importados.

E7.- Aprobación de leyes para favorecer el desarrollo de estos talleres por medio de las Instituciones de Estado.

E8.- La escasez de madera vuelve vulnerable a la producción de productos de alta calidad y esto favorece a la venta de productos importados, Competencias.

ESTRATEGIAS SELECCIONADAS

Las siguientes estrategias fueron las seleccionadas, después de obtener resultados de la matriz de impacto cruzado, presentada en el anexo No.2.

E6.- Los productos son diseñados y elaborados al gusto del cliente en cambio otros no, como son los importados.

E1.- Los talleres en estudio trabajan de forma personalizada y participan en ferias tanto Nacionales como Internacionales.

E5.- Estos talleres utilizan madera de primera calidad respecto a su competencia que venden a un precio más bajo pero de inferior calidad.

E2.- Todos los miembros cuentan con experiencia no menos de seis años, parte de éstos, han asistido a capacitaciones impartidas por diferentes organizaciones.

PLANES DE ACCION PARA LAS ESTRATEGIAS SELECCIONADAS

E6.- Los productos son diseñados y elaborados al gusto del cliente en cambio otros no, como son los importados.

Que los talleres en estudio, tengan dentro de sus políticas de comercialización, convenios con empresas Nacionales.

E1.- Los talleres en estudio trabajan de forma personalizada y participan en ferias tanto Nacionales como Internacionales.

Crear catálogos patentizados y sub contratar personal para visitar a los clientes y ofrecer sus productos casa a casa, trabajando así de forma personalizada. Crear página Web para que los clientes pidan sus productos específicos para cuando se participe en ferias tanto Nacionales como Internacionales.

E5.- Estos talleres utilizan madera de primera calidad respecto a su competencia que venden a un precio más bajo pero de inferior calidad.

Realizar contactos con productores y/o comercializadores de maderas, para establecer lazos de comercialización de madera fina y así conservar la calidad y mantenerse a la cabeza del mercado con sus productos.

E2.- Todos los miembros cuentan con experiencia no menos de seis años, parte de éstos, han asistido a capacitaciones impartidas por diferentes organizaciones.

Incentivar más la participación en capacitaciones para así innovar e incursionar en nuevos mercados. Patentizar sus estilos.

Para lograr la aplicación de estas estrategias seleccionadas se debe tomar en cuenta los siguientes factores: Mercadeo⁽²⁾, Calidad del Producto y la atención del cliente, dichos factores favorecerán a esta aplicación.

⁽²⁾ Ver anexo No. 3

MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

En este análisis de la matriz de impacto cruzado, se desarrollan los impactos de un conjunto de eventos sobre el mismo conjunto y sobre los otros eventos. Esta matriz está contenida en una matriz de influencia, los valores de la diagonal contiene las probabilidades que han sido asumidas para cada evento.

Teoría requerida en el modulo de Dirección Empresarial, para el análisis de esta matriz, se debe tomar escalas y para este análisis es de 0 a 3, que se usarán para valorar cómo interactúa el desarrollo de los eventos entre si. Las entradas en las filas son los conductores, y en las columnas los que responden.

Las estrategias Fortaleza Oportunidad, usan fortalezas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

Las estrategias Debilidad Oportunidad, pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

Las estrategias Fortaleza Amenaza, aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

Las estrategias Debilidad Amenaza, son tácticas defensivas que pretende disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

Estas estrategias son la adecuación que hacen los talleres entre sus recursos y capacidades internas, las oportunidades y riesgos creados por sus factores externos.

En el anexo No. 2 mostramos cuadro, que da como resultado de la matriz de impacto cruzado.

CONCLUSIÓN

El propósito que se persigue en este análisis descriptivo de la oferta, es determinar o medir las cantidades en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio, en nuestro caso la oferta de los productos de muebles de madera, los hemos clasificado como competitiva de mercado libre, ya que estos productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo que son cantidades de productores del mismo artículo y que la participación en el mercado se determina por la calidad, los estilos, precios y la no dominación del mercado, o sea la distribución y su propagandización.

Cada uno de los planes de los compradores o vendedores dependerá de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos.

Nuestro producto analizado se considera duradero (no perecedero). En nuestro caso no existe estadísticas, por tanto la investigación de campo fue nuestro único recurso para la obtención de datos y a la vez la cuantificación de la demanda. Es una demanda satisfecha no saturada porque según la herramienta de mercadotecnia se necesita de buena oferta y publicidad, estas presente por ejemplo en las ferias en las cuales participan estos productores de muebles de madera

Hay una serie de factores que determinan la cantidad que los consumidores de muebles de madera desean adquirir, tales como preferencia en cuanto a su calidad y estilo, ingresos y sobre todo el precio de dicho producto.

Referente a la comercialización de los muebles de madera se debe hacer una breve descripción de la trayectoria que sigue el producto desde la salida de los talleres hasta llegar al consumidor. Esto es de gran utilidad para prever personal y gastos necesarios para llevar a cabo el funcionamiento del canal seleccionado y proveer pérdidas futuras.

La estrategia comercial permitirá definir el precio en sus diferentes etapas de comercialización al estudiar los márgenes de ganancias de cada intermediario y determinar el precio de venta, lo cual será a su vez la base de cálculo de los ingresos probables de los talleres en el futuro.

Por tanto la comercialización de estos productos no es la simple transferencia del producto hasta las manos del consumidor, esta actividad debe conferir al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir se debe colocar el producto en un sitio y momentos adecuados para darle al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

La comercialización tiene como característica general el ser: productores – minoristas – consumidores, siendo un canal muy común y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con mas minoristas que exhiban y vendan los productos.

RECOMENDACIÓN

En el presente estudio descriptivo, después de haber concluido el análisis FODA, fueron seleccionadas las estrategias las cuales se tomaron como referencia para brindar algunas recomendaciones tanto a los dueños de talleres en estudio como a personas que tomen como referencia este proyecto descriptivo para seguir desarrollándolo en el ámbito de la producción y comercialización de muebles de madera, o sea un proyecto a nivel de prefactibilidad o factibilidad.

Por tanto, para tener siempre esa calidad en su producto terminado, estos talleres en estudio deben obtener el apoyo técnico y orientaciones por parte de las entidades privadas o estatales vinculadas a la exportación de muebles de madera tales como IMPYME, MIFIC, INTUR, etc,. Estos a la vez deben difundir métodos, procedimientos y planes que tiendan a lograr al máximo el perfeccionamiento tecnológico de las industrias vinculadas al sector productivo de muebles de madera y ramas a fines.

La importancia del conocimiento de las diversas posibilidades de comercialización y aprovechamiento económico de este recurso, debe obligar a atender de manera especial a este sector productivo. Por esta razón se deberían de crear entidades o agrupaciones orientadas a la promoción de la industrialización de los muebles de madera y mimbre, para que estos establezcan un sistema de capacitación y formación continua, se asesoren sobre criterios de calidad y sobre las aplicaciones de normas y estándares de calidad y de esta forma mantengan fluida comunicación con los Productores a fin de identificar problemas y plantear soluciones técnicas y tecnológicas.

Realizar y participar en actividades de promoción como son, exposiciones, seminarios, ferias empresariales, catálogos, boletines y formularios, etc. Para que el sector madera-muebles busque como promover sus productos tanto a nivel nacional como internacional.

Buscar apoyo mediante instituciones del Gobierno como por Organismos Internacionales, en el área tecnológico para la creación de nuevos diseños, lográndose con la introducción y adquisición de nueva tecnología como por ejemplo la cámara de secado.

Crear agrupaciones de talleres artesanales con el fin de gestionar apoyo financiero y además con estas agrupaciones incursionar en nuevos mercados creando convenios empresariales. Estas agrupaciones también deberán reflexionar sobre la demanda insatisfecha que cubren estos talleres artesanales en estudio.

Describir posibles recomendaciones sobre los hallazgos y circunstancias en cuanto a las estrategias que fueron encontradas en el estudio descriptivo de la producción y comercialización de muebles de madera.

BIBLIOGRAFÍA

ANALISIS Y Diseño DE SISTEMAS
KENDALL Y KENDALL.
Ed. Prentice Hall.

IIINFORMACION OBTENIDA DE LOS ARTESANOS
Basados en Entrevista
Observaciones de campo

INFORMACIÓN DE INTERNET

<http://www.chaco.gov.ar/ComercioExterior/proyecto.htm>

Página de INTUR, IMPYME, MIFIC

<http://www.fundraising.org.pe/site.php?id=05ap>

ANEXOS

ANEXO 1

**MATRIZ FODA
FORMULACION DE ESTRATEGIAS**

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FORTALEZA OPORTUNIDAD	ESTRATEGIAS DEBILIDAD OPORTUNIDAD
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FORATALEZA AMENENAZAS	ESTRATEGIAS DEBILIDADES AMENAZAS

**ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO
IDENTIFICACION DE FODA
PARA FORMULACION DE ESTRATEGIAS**

FORTALEZAS

- ❖ Los talleres trabajan de forma personalizada.
- ❖ Utilizan Materiales de calidad
- ❖ Los productos elaborados en los talleres en estudio son de primera calidad respecto a la competencia
- ❖ Los jefes de talleres supervisan cada proceso por los que transita el producto.
- ❖ Los materiales utilizados se adquieren de forma rápida ya que la mayoría son de la zona.
- ❖ La ubicación de la ciudad de Masatepe ofrece una buena oportunidad para comercializar estos productos puesto que es una ciudad turística.
- ❖ Todos los miembros de los talleres constan con más de seis años de experiencia.
- ❖ Los productos elaborados en estos talleres son atractivos para el mercado nacional así como para el mercado extranjero.

DEBILIDAD

- ❖ El MAGFOR aun no aprueba las licencias para que los motosierristas puedan sacar y vender libremente la madera a los artesanos.
- ❖ La escasez de madera para los próximos años.
- ❖ Los productos elaborados en los talleres en estudio son de primera calidad respecto a la competencia
- ❖ No todos los talleres cuentan con los equipos necesarios para la elaboración de los productos.
- ❖ Los estilos o modelos son fácilmente copiados por otros talleres de la zona.
- ❖ Se trabaja con poco capital puesto que par este negocio no existe ni subsidio ni financiamiento por parte del gobierno.
- ❖ El organismo gubernamental que apoya a estos empresarios no cuenta con suficiente presupuesto para brindarles una mayor colaboración.

OPORTUNIDADES

- ❖ Participación en las diferentes ferias tanto Nacionales como Internacionales.
- ❖ En la actualidad los miembros de los talleres asisten a capacitaciones sobre diseño impartidas por IMPYME y ONG.
- ❖ Nicaragua cada vez se convierte en un destino turístico y esta ciudad ofrece un panorama atractivo para visitantes nacionales e internacionales
- ❖ Los dueños están elaborando su propio catálogo para poder patentizarlo ante el Ministerio de Industria y Fomento.
- ❖ Los talleres están planeando elaborar un sitio web para poder demostrar sus productos en forma directa con el cliente en el extranjero.
- ❖ Muchos clientes nacionales que viven en el extranjero adquieren productos elaborados en estos talleres y al regresar a los países de destino son vistos por amistades las cuales al venir a nuestro país compran mas de un productos.
- ❖ Apoyo por parte del Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), a través de la cooperativa de Austria (CONA), organismo que apoya el desarrollo de los microempresarios de la madera.

AMENAZAS

- ❖ La incursión de grandes empresas en la importación de muebles tales como el GALLO MAS GALLO, LA CURACAO, que venden productos a mas bajos precios solo que de inferior calidad.
- ❖ La importación de muebles usados por negocio conocidos como PULGUEROS.
- ❖ La ciudad vecina (Masaya) también elabora productos de bajos precios.
- ❖ Las leyes no aprobadas por el gobierno de nuestro territorio, no apoyan al desarrollo de las microempresas de madera.

ANEXO 2
MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

ESTRATEGIAS
FORTALEZA OPORTUNIDAD

- ❖ Los talleres en estudio trabajan de forma personalizada y participan en ferias tanto Nacionales como Internacionales.
- ❖ Todos los miembros cuentan con experiencia no menos de seis años, parte de éstos han asistido a capacitaciones impartidas por diferentes organizaciones.

ESTRATEGIA
DEBILIDAD OPORTUNIDAD

- ❖ Los estilos o modelos son fácilmente copiados por otros talleres de la zona, es por esa razón que quieren patentizar sus catálogos.
- ❖ Apoyo por medio de CONA a los diferentes talleres, ya que no todos cuentan con equipos necesarios para la elaboración de sus productos.

**ESTRATEGIA
FORTALEZA AMENAZA**

- ❖ Estos talleres utilizan madera de primera calidad respecto a su competencia que venden a un precio mas bajo pero de inferior calidad.
- ❖ Los productos son diseñados y elaborados al gusto del cliente en cambio otros no, como son los importados.

**ESTRATEGIA
DEBILIDAD AMENAZA**

- ❖ Aprobación de leyes para favorecer el desarrollo de estos talleres por medio de las Instituciones del Estado.
- ❖ La escasez de madera vuelve vulnerable a la producción de productos de alta calidad y esto favorece a la venta de productos importados. (Competencia)

RESULTADOS MATRIZ DE IMPACTO CRUZADO

Este análisis consiste en una matriz cuadrada, llamada matriz de impacto cruzado, los impactos de un conjunto de eventos sobre el mismo conjunto y sobre los otros eventos que se desarrollan. El impacto puede ser una probabilidad de ocurrencia o un multiplicador de ocurrencia en el tiempo, para demostrar esto se tomo una escala de :

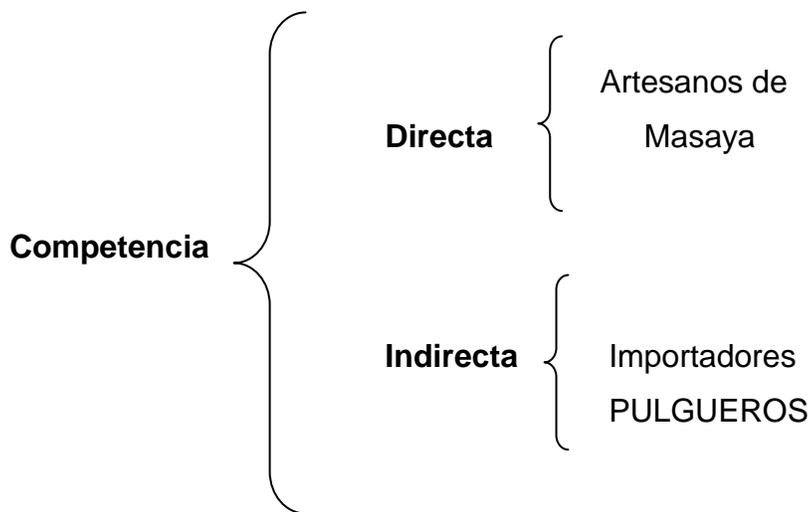
- 0 : No hay relación
- 1 : Buena relación
- 2 : Muy Buena relación
- 3 : Excelente relación

	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	Σ
E1		3	1	2	3	3	2	1	15
E2	3		1	3	0	3	0	0	10
E3	1	1		0	0	3	0	0	5
E4	2	3	0		0	1	0	0	6
E5	3	0	0	0		3	3	3	12
E6	3	3	3	1	3		0	3	16
E7	0	0	0	0	3	0		3	6
E8	1	0	0	0	3	3	3		10
Σ	13	10	5	6	12	16	8	10	80

ANEXO 3

MARKETING

Los productos elaborados en estos talleres no tienen un mercado específico, ya que puede llegar a cualquier tipo de cliente o mercado, puesto que en sus salas de ventas o exhibición puede encontrar productos de bajos costo hasta especialidades las cuales pueden ser adquiridas por clientes de altos ingresos. Es por esta razón que los talleres incursionan en diferentes mercados.



ESTRATEGIAS DE MARKETING

- ❖ Visitar a los clientes casa a casa para que ellos puedan realizar sus pedidos a través de catálogos.
- ❖ Crear una página Web para la publicación de sus productos a nivel Nacional como Internacional.
- ❖ Instalar salas de exhibición en los departamentos donde no se producen ni comercializan estos productos.
- ❖ Crear convenios con instituciones nacionales, para la adquisición de los productos por medio de crédito.
- ❖ Mantener su calidad en la materia prima utilizada para entregar productos de calidad.
- ❖ Elaborar un exhibidor con los diferentes reconocimientos adquiridos por la participación en diversas ferias.
- ❖ Crear convenios con empresas constructoras.

ANEXO 4
CUADRO No.1

COMPETENCIA DE PRODUCTOS

Este cuadro representa las características de cada una de la organización que son competencia para los talleres en estudio.

ORGANIZACIÓN	CARACTERISTICA	PRODUCTOS OFRECIDOS
Taller Alima	Taller cuenta con todos los equipos y herramientas, ubicado a la orilla de la carretera, ofrecen algunos estilos diferentes a los otros talleres.	Materia prima nacional
Taller Hermanos Orozco	Contiene todos los equipos y herramientas necesarias, ubicado en Masatepe, operan 6 personas. ofrecen básicamente los mismos productos.	Materia prima nacional productos diversificados
Gallo mas Gallo	Empresa nacional dedicada a la comercialización de productos (muebles) de madera. sistema de crédito, convenios con empresas.	Sus productos son extranjeros
Curacao	Transnacional dedicada a la comercialización de equipos, muebles de madera, sistema de crédito y convenios con empresas.	Sus productos son extranjeros

ANEXO No. 5

DIAGNOSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

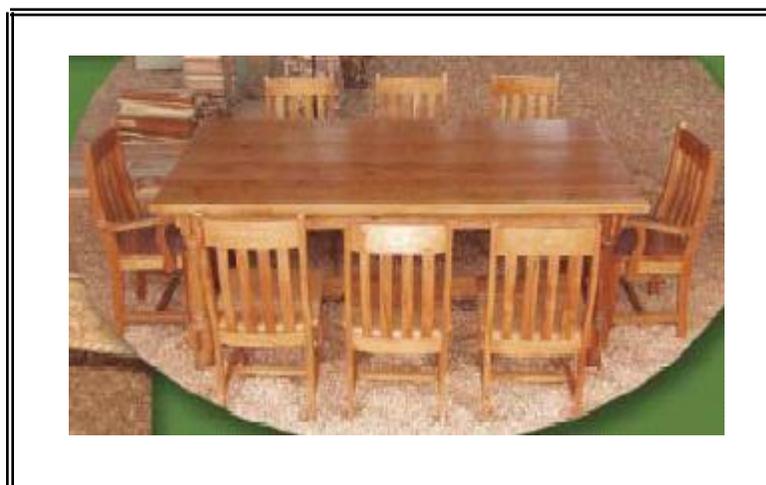
Presentamos el diagnóstico de la silla abuelita, producto elaborado por los diferentes talleres en estudio, sus componentes de los cuales será armado el producto hasta verlo terminado y su indicador, cuántas unidades lleva cada producto terminado.

PRODUCTO	COMPONENTES	INDICADOR
Sillas abuelitas	balancín, junco, tornillos, piezas moldeadas, pintura, tinte, base, pega, clavos.	4 unidades (1 juego)



En el siguiente cuadro presentamos el diagnóstico del comedor, producto elaborado por los diferentes talleres en estudio, sus partes serán armados para luego ver el producto terminado e identificar su indicador y observar cuántas unidades lleva cada producto terminado.

PRODUCTO	COMPONENTES	INDICADOR
Comedor	tablón, bolillos, patas, junco y/o cojín, pintura, tinte, base, pega, clavos.	5 a mas unidades



PRODUCTO	COMPONENTES	INDICADOR
Muebles multiusos (para equipos de sonido) Al gusto del cliente	tablón, gavetas, haladeras, bisagras, tornillos, golosos, pega, clavos, pintura, base, vidrios, serraduras.	Unidades

Este cuadro presenta el diagnóstico de los muebles multiusos, producto elaborado por los diferentes talleres en estudio, sus partes serán armados para luego ver el producto terminado e identificar su indicador y observar cuántas unidades lleva cada producto terminado.



El siguiente cuadro presenta el diagnóstico de los productos, Roperos, Camas y Cunas, productos elaborados por los talleres en estudio, las partes de estos serán armados para luego ver el producto terminado e identificar su indicador y observar cuántas unidades lleva cada producto terminado.

PRODUCTO	COMPONENTES	INDICADOR
Roperos	espejo, gavetas, haladeras, serraduras, golosos, bisagras, tornillos, clavos, pintura y pega.	Unidades
Camas	Tablón, tornillos, pega, pintura, base.	Unidades
Cunas	gavetas, haladeras, junco, colchonera, bolillos golosos, clavos, pega, pintura y tornillos.	Unidades



PRODUCTO	COMPONENTES	INDICADOR
Juegos de mimbre	balancín, mimbre, pega, pintura, bolillos, vidrio, junco, cojines	Unidades 4 juego



En los datos anteriores presentamos el diagnóstico del producto, Juegos de Mimbres, estos productos son elaborados por los talleres en estudio, sus partes serán armadas para luego ver el producto terminado e identificar su indicador y observar cuántas unidades lleva cada producto terminado.

ANEXO No. 6

CUADRO No. 2 GENERALIDADES DEL NEGOCIO

En este cuadro mostramos la descripción de cada uno de los talleres, como el nombre del propietario, del negocio, su ubicación, los años de fundación, identificación de las propiedades donde están ubicadas y los recursos con que iniciaron sus operaciones.

No. TALLERES	NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE DEL NEGOCIO	UBICACIÓN EN EL LUGAR	AÑOS DE FUNDADO	TIPO DE PROPIEDAD	RECURSOS CON QUE INICIO
T. # 1	Erasmus Téllez	Muebles Magali	Bo. Jalata	30	Individual	Propios
T. # 2	Fco. Orozco	Hnos. Orozco	Bo. Jalata	29	Individual	Propios
T. # 3	Marcos López	No tiene	Bo. Carlos Fonseca	18	Individual	Banco
T. # 4	Julio Calero	No tiene	Bo. Bello Amanecer	15	Individual	Propios
T. # 5	Marvelia Aleman/Agustín Siles	Taller Alima	Contiguo a Petronic	35	Individual	Propios

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

ANEXO 7
CUADRO No. 3

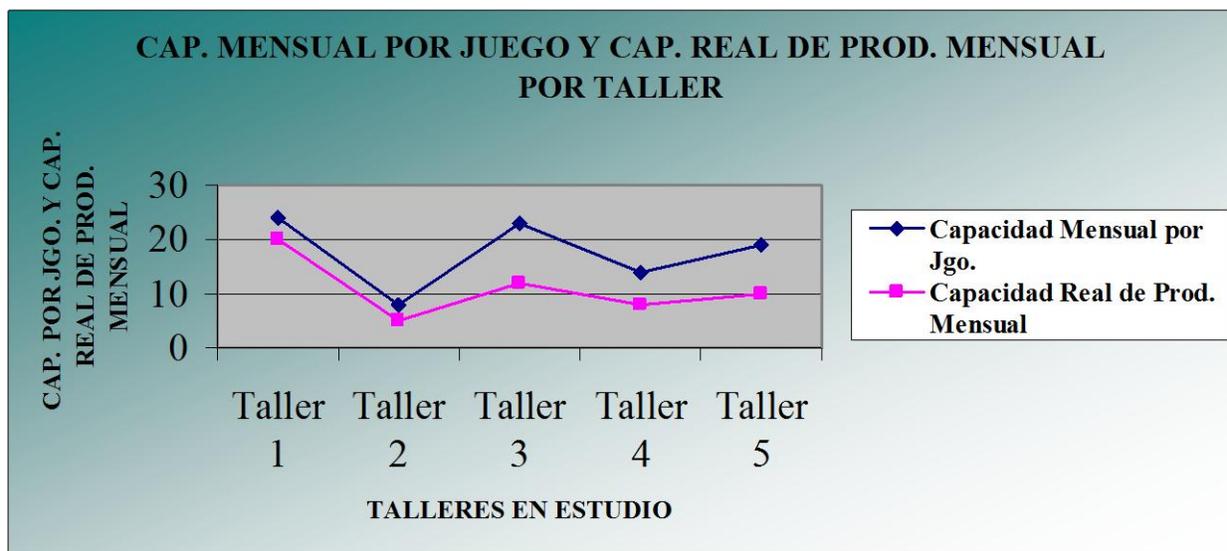
CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO Y CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL POR TALLER

No. TALLER	CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO	CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL	%
1	8	5	63
2	24	20	83
3	23	12	52
4	14	8	57
5	19	10	53

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

En este cuadro se presentan capacidades mensuales por juego elaborado y capacidad real de producción mensual por taller.

REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LA CAPACIDAD MENSUAL POR JUEGO Y SU CAPACIDAD REAL DE PRODUCCIÓN MENSUAL POR TALLER



ANEXO 8

CUADRO No. 4 TIPO DE EQUIPOS ELÉCTRICOS Y NO ELECTRICOS

En este cuadro se presentan los talleres que hacen uso de equipos eléctricos y equipos no eléctricos (cámara de secado).

EQUIPOS DE USO ELECTRICO Y NO ELECTRICOS	No. DE TALLERES				TOTAL
	USAN	%	NO USAN	%	%
Sierra Circular	4	80	1	20	100
Sierra sin fin	4	80	1	20	100
Tornos	5	100	0	0	100
Ruteadoras	5	100	0	0	100
Lijadoras	4	80	1	20	100
Motosierra	2	40	3	60	100
Caladora	4	80	1	20	100
Cámara de secado	1	10	4	90	100

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

ANEXO 9

CUADRO No. 5 DESTINO DE LA PRODUCCION

Representación del destino de la producción de los productos elaborados en los cinco talleres en estudio. Mercado Interno y Externo.

DESTINO	# DE TALLERES	PORCENTAJE
Compradores al Detalle (Mercado Interno)	4	80
Compradores por Mayor (Mercado Interno y Externo)	1	20
TOTAL	5	100

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

ANEXO 10

**CUADRO No. 6
PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCION**

Representación de los principales canales de distribución del producto terminado por los talleres en estudio.

LOCALIZACIÓN No. TALLERES	EN EL TALLER	SALA DE EXHIBICION	INTERMEDIARIOS
1	X	X	X
2	X	-	X
3	X	X	-
4	-	X	-
5	X	-	-

Fuente: Recolección de datos en base a entrevista.

ANEXO 11

INSTRUMENTOS INDISPENSABLES EN LOS TALLERES DE MADERA Y MIMBRE

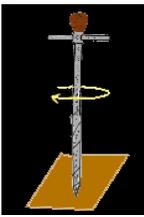
BANCO DE CARPINTERO

Superficie preparada para facilitar en trabajo de la carpintería, como el cepillado, lijado, corte etc..



Se utiliza para realizar trabajos múltiples de carpintería.

BARRENA



Pieza metálica labrada para facilitar la penetración con mango en forma de "T". El movimiento giratorio permite que la pieza metálica antes descrita penetre en la madera, realizando un agujero según el diámetro de la barrena que utilizemos.

BERBIQUI

Instrumento giratorio capaz para alojar una broca en la madera practicando un orificio. Prácticamente en desuso por el uso generalizado del taladro eléctrico. El poder de penetración depende del tipo de broca que se monte y principalmente del radio de la manivela.



Se recomienda un radio de unos 25-30 cm.

BOTADOR

Herramienta metálica en forma de punta para embutir. Introducir las cabezas de los clavos en la



madera para que no se vean, golpeándolo con el martillo.

La cabeza debe ser inferior a la del clavo o punta, para que no quede marca en la madera.

BROCA

Es una pieza metálica construida en forma de espiral e instalada en un berbiquí o taladro, tiene



gran capacidad de penetración.

Las más normales son:

IRWIN: Para perforaciones profundas y perpendiculares.

HELICOIDAL: De paso largo y rápido, con poca precisión. Para perforar madera.

DE 3 PUNTAS: La punta central sirve como guía en la penetración **TAMBOR:** Instrumento de gran precisión para realizar agujeros en fondos planos.

ESCOFINA: Obtener agujeros de forma irregular.

ESPIRALES: Exclusivas para el trabajo en la madera

CARCEL



Este instrumento es un tipo de Sargento de grandes dimensiones.

CEPILLO ELÉCTRICO INTEGRAL

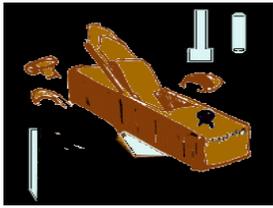


Herramienta con una cuchilla giratoria de profundidad de corte regulable.

Acabados de buena calidad, levanta finas capas de madera, dejando superficies lisas y brillantes.

CEPILLOS

Herramienta de madera por cuya base asoma una cuchilla metálica muy afilada.



Es necesario un gran tacto para su uso correcto. Existen de los siguientes tipos o funciones:

DESBASTAR : Estrecho con cuchilla de 30 mm. Preparación de superficies y cantos. **ALISAR**: Alisamiento de tablas por la que ya ha pasado antes del de desbastar.

DOBLE: Para cepillar en sentido contrario a las fibras de la madera. Lleva además de la cuchilla una chapa de acero que rompe la viruta.

GARLOPA

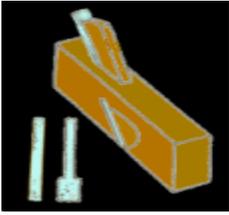


GARLOPA: Cepillo pesado y largo para grandes superficies.

DE PULIR: Consigue superficies completamente lisas. Sustituible por el papel de lija.

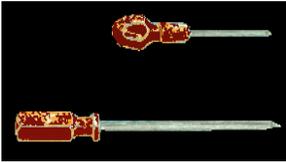
FONDOS: Alisa ranuras largas.

GUILLAME



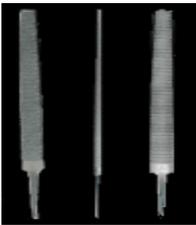
Se utiliza para rebajes y otras muchas funciones al tener la cuchilla el mismo tamaño que la caja.

DESTORNILLADOR



Instrumento con mango y parte metálica alargada terminada en forma de pala o alargada terminada en forma de pala o cruciforme. normalmente. Introducción y extracción de tornillos.

ESCOFINAS



Esta es una herramienta de dientes triangulares dispuestos diagonalmente. Existen diversos tipos, según la utilización que se le va a dar:

PLANA Y RECTANGULAR: Planas por sus caras, con el canto de la segunda paralelo.

REDONDA O CILÍNDRICA: Para trabajos en superficies circulares. **MEDIACAÑA:** Para superficies cóncavas y convexas.

DE PUNTA: Estrecha y fina, para trabajos con detalles.

ESCOPLO



Herramienta de corte y para ahuecar con mango y hoja en forma de bisel. Hace muescas o rebajes en la madera, especial para trabajos pesados.

ESCUADRAS

Pieza normalmente metálica que forma ángulo recto, o con pieza móvil que permite modificar el



ángulo, según el tipo. Traza ángulos rectos y comprobación de cantos.

Existen los siguientes tipos:

UNIVERSAL: Trazar ángulos de 90° y de 45° .

FALSA ESCUADRA: (imagen izquierda) La movilidad permite el trazado de diversos ángulos y transportar los mismos.

FORMONES

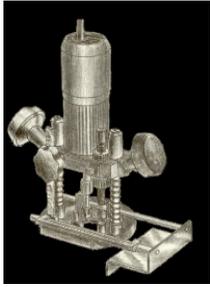


Herramienta de corte y para ahuecar con mango y hoja de extremo cortante. Entallar la



madera normalmente para que la caja hecha aloje a otra pieza o accesorio.

FRESADORA



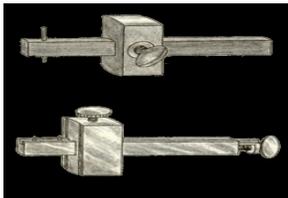
Sustitutivo en pequeñas superficies del cepillo o la escofina. Afinar los trabajos en la madera, confección de molduras etc...

Las distintas fresas se adaptan a máquinas universales o fresadoras específicas



que pueden llegar a ser de alta tecnología y precisión.

GRAMIL



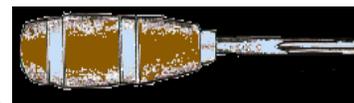
Herramienta de trazado de líneas. Permite el trazado de líneas paralelas.

Existen los siguientes tipos:

MORTAJAR: (imagen inferior) Traza dos líneas paralelas a la distancia elegida, marca juntas de caja y espiga.

DE CUCHILLA: En vez de punta lleva una cuchilla, corta materiales finos o los marca visiblemente

GUBIA



Herramienta cortante con mango que se utiliza para ahuecar. La hoja es de sección acanalada a tal efecto. Rebajes cóncavos, labrado y acanalado.

LIJADORA ORBITAL

Placa rectangular con motor y mango que vibra cuando se acciona. Lija grandes superficies



planas.

MÁQUINA UNIVERSAL

Emana del antiguo taladro, que mediante la inserción de distintos elementos acoplados, se



transforma en una herramienta polivalente madera.

indica, sus prestaciones son casi ilimitadas, fresado, taladrar, atornillar, remover, lijar, ...

Como su nombre

MARTILLO DE OREJAS

Tipo de martillo con un extremo con forma de doble oreja. Por la parte opuesta a la moqueta, o



sea por medio de las "orejas", se puede introducir la cabeza del clavo y haciendo palanca se podrá arrancar con cierta facilidad.

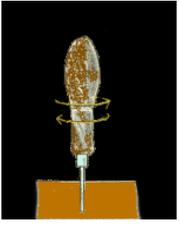
MAZA O MAZO

Tipo de martillo con cabeza de madera. Golpear piezas de madera al ensamblar principalmente o



al las gubias o formones, para no dañarlos.

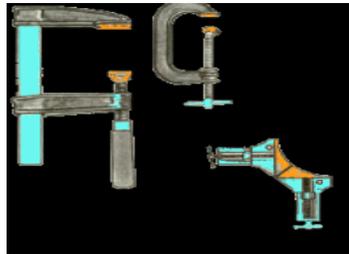
PUNZÓN



Herramienta de penetración compuesta de parte metálica y mango. Los hay romos o de punta. Penetran por el movimiento de vaivén de la mano.

SARGENTO

Los sargentos son instrumentos de sujeción o presión en forma de "C" con mandíbula en sus



extremos que por medio de un tornillo, Presiona o sujeta las piezas.

ejercen y mantiene la presión.

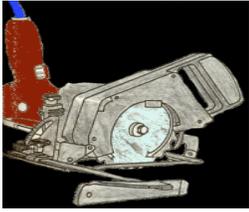
SIERRA O SERRUCHO MANUAL

Instrumento con asidero y cuchilla dentada de acero para corte, sierra de dientes finos y hoja rectangular con refuerzo en el lomo para mayor rigidez y precisión. Cortar maderas, caucho, etc..



A mayor número de dientes por centímetro, más fino será el corte, aunque se tardará más en realizarlo. Muy útil, es aconsejable una medida de 16 dientes por pulgada, por su versatilidad.

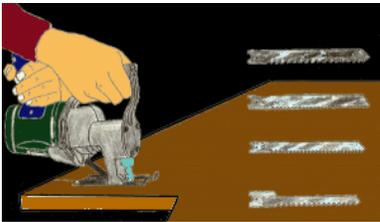
SIERRA CIRCULAR



Hoja redonda de bordes cortantes y motor propio. Cortar tableros, maderas, plásticos, permite variar la profundidad e inclinación del corte.

SIERRA DE CALAR O VAIVEN

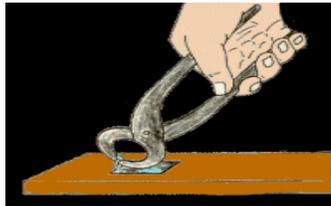
Maquina a la que se le acopla sierras de distinto calibre según los cortes que se necesiten



realizar. Cortes curvos o rectos en todo tipo de madera y materiales.

TENAZAS

Herramienta metálica con dos piezas formando mandíbula por un lado y que por la palanca que



ejerce su brazo sobre la misma resulta una herramienta polivalente. Sujetar piezas, cortar alambre, extraer clavos etc...

CUESTIONARIO

1. CUANTOS TALLERES CONOCE EN ESTA ZONA?

NINGUNO () UNO () DOS () CUANTOS? _____

2. TIENE PREFERENCIA POR ALGUNO?

NO () SI () MENCIONELOS _____

3. SI LA RESPUESTA ANTERIOR ES AFIRMATIVA, PORQUÉ LO PREFIERE?

4. ESPECIFIQUE EL USO MAS FRECUENTE DE LOS MUEBLES DE MADRA Y MIMBRE

HOGARES () EMPRESAS CONSTRUCTORAS ()
INSTITUTOS TURÍSTICOS () INSTITUCIONES DEL GOBIERNO ()

5. EL REQUERIMIENTO DE ESTE PRODUCTO ES CONTINUO?

NO () SI ()

6. QUE PRODUCTO(S) CREE USTED QUE PUEDAN SUSTITUIR ESTOS MUEBLES DE MADERA Y MIMBRE?

7. UTILIZA ESTE PRODUCTO SUSTITUTO?

NO () SI ()

8. PORQUÉ LO UTILIZARIA?

MAYOR CALIDAD () MENOR COSTO ()
MENOR TIEMPO DE ENTREGA () MEJOR ESTILOS ()

9. CONSIDERA QUE EXISTE DIFERENCIA NOTABLE EN LA CALIDAD DE LOS MUEBLES DE MADERA DE UN TALLER A OTRO?

SI () NO ()

INDIQUELAS _____

10. EXISTEN DEMORAS FRECUENTES EN LA FECHA DE PROMESA DE ENTREGA?

SI () NO ()

11. CONSIDERA ADECUADO LOS TIEMPOS DE ENTREGA?

SI () NO ()

12. SI LA REPUESTA ANTERIOR ES NEGATIVA, INDIQUE LA RAZON QUE USTED CONSIDERE MAS RELEVANTES.

13. QUE PARÁMETROS CONSIDERA USTED MAS IMPORTANTE EN LA DEMOSTRACIÓN DEL PRECIO DE LOS MUEBLES DE MADERA Y MIMBRE.

COSTO DE MATERIA PRIMA () TIEMPO DE FABRICACIÓN ()

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS UTILIZADAS ()

14. EXISTE DIFERENCIA NOTABLE DE UN TALLER A OTRO EN LA DEMOSTRACIÓN DE PRECIOS?

SI () NO ()

15. EN GENERAL, COMO CONSIDERA LOS PRECIOS?

BARATOS () ACEPTABLES ()

JUSTOS () ALTOS ()



1. Industrias Madereras Pastora (Impar)	Agnes Pastora Rossler	442-2352
2. Muebles Magaly	Erasmus Tellez	
3. Muebleria El Arte	Nelson Linares	834-3605
4. Artesanias Lopez	Pedro A. Lopez	088-71019
5. Taller Alexander	Claudio Garcia y Socorro Velasquez	
6. Taller karen	Yadira Alemàn Ortìz	523-2580
7. Taller Alima	Marvelia Alemàn/Agustin Siles	523-2968 066892
8. Muebles Lilliam	Lilliam Ortìz	044-22580

9. Muebles Lilliam (hija)

10. Taller Robleto

11. Muebles Tellez

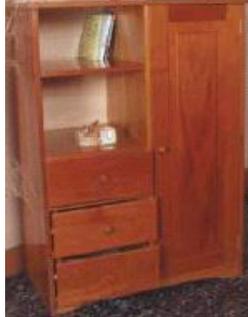
Eugenia Alemàn Ortiz

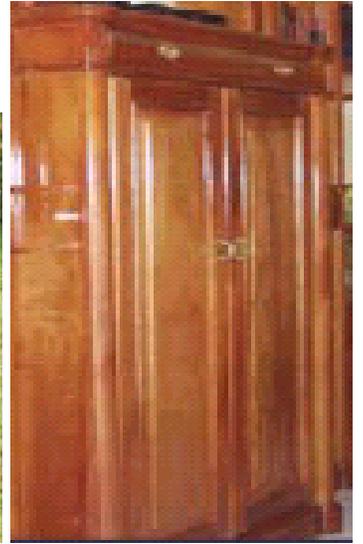
Santos Robleto

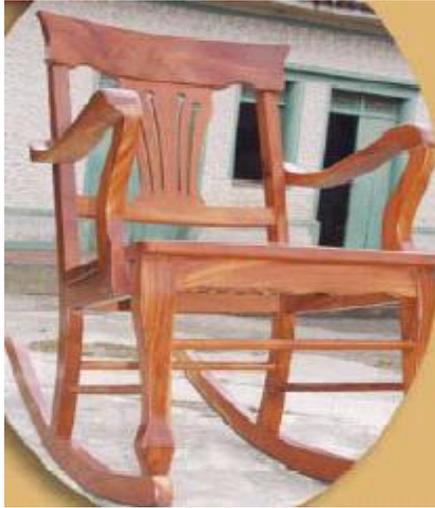
Miguel Tellez

044-22580

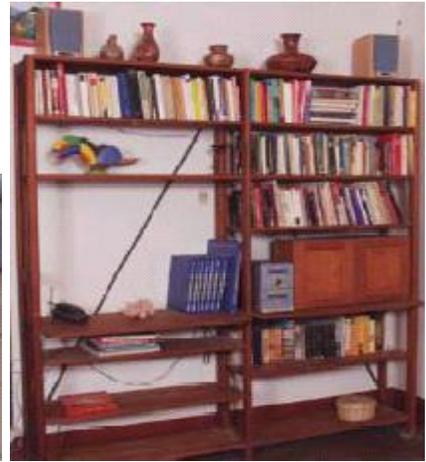












Juego de Desayunador Estilo Margarita



Juego de Sala Estilo Victor



Centro de expoventa de artesanía de Masatepe en el local de la antigua estación de ferrocarril del pacífico, Masatepe



Joven artesano labrando la madera para darle forma al mueble



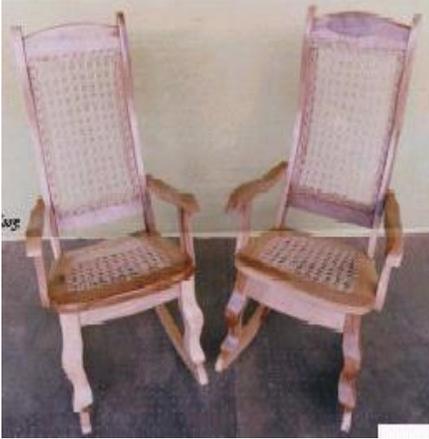
Comedor desayunador para cuatro personas



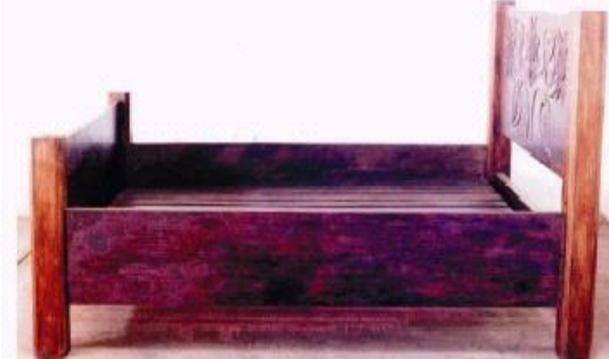
Comedor Estilo Javier



Comedor Estilo Princesa



Silla mecedora para niños



Cama Rústica



Centro Esquinero



Juego de Centro



Multiuso



Ctro. de Diversión



S. de Bar



Escritorio



Silla estilo Banes



Comedor Rustico Estilo Eclipse



Juego Rústico para Terraza Estilo Eclipse



Juego de Playeras



Juego de Playeras en Abanico



Sillas Abuelitas



Juego de Sala Estilo Casandra



Juego de Sala Estilo Ratán



Juego de Sala Estilo Ratán Giratorio



Juego de Sala Estilo Ratán y Mimbres



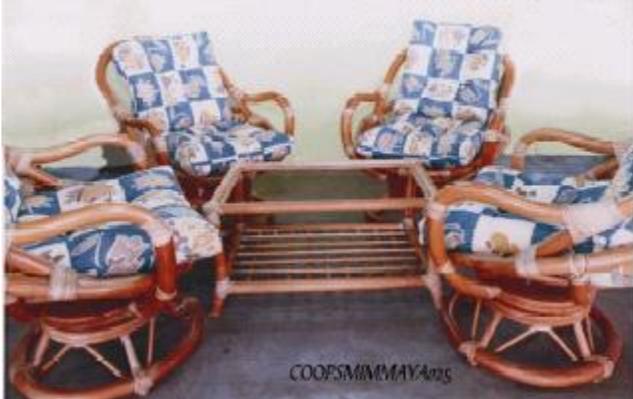
Juego de Sala Estilo Ratán Giratorio



Juego de Sala Estilo Ratán



Juego de Ratán y Mimbre Estilo Español



Juego de Sala Estilo Ratán Giratoria



Juego de Sala Estilo Conchita de Mimbre



Juego de Sala de Mimbre Estilo Redondo



Juego de Sala de Mimbre Estilo Conchita



Juego de Sala de Mimbre Estilo Trébol



Juego de Sala de Mimbres Estilo Trébol



Juego de Sala de Mimbres Estilo Muñeca



Comedor de Cuatro Personas



Juego de Sala de Mimbres Estilo Media Luna



Silla Estilo Colonial Encolochado



Sillas Quinceañeras (Redonda y Trébol)



Revistero Rectangular y Canasta Cuadrada y Redonda