

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA

Facultad de Tecnología de la Industria

UNI-RUPAP

Mon
658.835
S939
2012

TITULO

ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DE ARTÍCULOS ELABORADOS CON CUERO DE PESCADO EN NICARAGUA.

ELABORADO POR:

Brs. Jennyffer del Carmen Suárez Díaz 2003-18896

Brs. Noel Alfonso Berrios 90-05047-8

TUTOR

Ing. Osmar Alberto Flores Navarrete

Fecha:

Managua, Nicaragua Diciembre del 2012.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
Facultad de Tecnología de la Industria

SECRETARÍA DE FACULTAD

CARTA DE EGRESADO

El Suscrito Secretario de la **FACULTAD DE TECNOLOGIA DE LA INDUSTRIA** hace constar que:

SUAREZ DÍAS JENNYFFER DEL CARMEN

Carné: **2003-18896** Turno **Nocturno** Plan de Estudios **971A** de conformidad con el Reglamento Académico vigente en la Universidad, es **EGRESADO** de la Carrera de **INGENIERIA INDUSTRIAL**.

Se extiende la presente **CARTA DE EGRESADO**, a solicitud del interesado en la ciudad de Managua, a los diecinueve días del mes de Octubre del año dos mil once.

Atentamente

Ing. Wilmer José Ramírez Velásquez
Secretario de Facultad



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
Facultad de Tecnología de la Industria

SECRETARÍA DE FACULTAD

CARTA DE EGRESADO

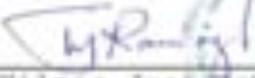
El Suscrito Secretario de la **FACULTAD DE TECNOLOGIA DE LA INDUSTRIA** hace constar que:

BERRIOS NOEL ALFONSO

Carne: **90-05047-8** Turno Nocturno Plan de Estudios **971A** de conformidad con el Reglamento Académico vigente en la Universidad, es **EGRESADO** de la Carrera de **INGENIERIA INDUSTRIAL**.

Se extiende la presente **CARTA DE EGRESADO**, a solicitud del interesado en la ciudad de Managua, a los diecinueve días del mes de Octubre del año dos mil once.

Atentamente,



Ing. Wilmer José Ramírez Velásquez
Secretario de Facultad



DECANATURA

A: Bns. Jennyffer del Carmen Suarez Diaz
Noel Alfonso Berrío

DE: Facultad de Tecnología de la Industria

FECHA: Lunes 03 de septiembre de 2012

Por este medio hago constar que su trabajo de Investigación Títulado "Estudio de Mercado para Determinar el Grado de Aceptación de Artículos Elaborados con Piel de Pescado". Para obtener el título de Ingeniero Industrial, Que Contara con el Ing. Osmar Alberto Flores Navarrete, como profesor guía, ha sido aceptado por esta Decanatura por lo que puede proceder a su realización.

Cordialmente,

Ing. Daniel Oseña Horney
Decano



Cc: Archivo

Managua 6 de diciembre del año 2012.

Ing. Daniel Cuadra Honney
Decano Facultad Tecnología de la Industria
Su despacho.

Estimado Decano

Hace menos de un año, dos estudiantes de Ingeniería Industrial de la facultad que usted acertadamente dirige, me pidieron los guiara en la realización de un trabajo referente a un **estudio de mercado para determinar el grado de aceptación de artículos elaborados con cuero de pescado**. Este trabajo lo presentarían como tema monográfico para obtener el título de INGENIERO INDUSTRIAL.

No tuve que pensar mucho para aceptar colaborar como guía de tan interesante tema, ya que es bien conocido que en nuestro país se procesa y se consume gran cantidad de carne de pescado de diversas especies, y que la piel en su inmensa mayoría se tira como desecho, causando grandes problemas ambientales. Además, existe actualmente un desabastecimiento de pieles principalmente de ganado bovino en las curtiembres y marroquinerías, lo que ha ocasionado falta de cuero para la elaboración de artículos donde se usa este material.

La idea es que se aproveche la piel de pescado convirtiéndola en cuero, para que este se utilice para confeccionar artículos varios tales como carteras, fajas y otros. De esta manera se solventa en gran medida el déficit de pieles de ganado, se crean fuentes de empleo y se abre una oportunidad de incursionar en un mercado que promete ser muy rentable.

Para tal efecto, los bachilleres Jennyffer del Carmen Suarez Diaz y Noel Alfonso Berrios, pusieron en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación universitaria para convertirse en profesionales de calidad, demostrando gran dominio y destreza en el campo, como se puede comprobar en el documento final que están presentando a usted, para que en uso de sus facultades como decano, nombre al honorable tribunal examinador para la correspondiente defensa del trabajo monográfico.

Solo me resta felicitar a los autores de este trabajo, que se caracteriza por ser novedoso y de excelente calidad, y pedir al honorable jurado, otorguen la más alta calificación a los graduandos por tan buen aporte y desempeño.

Me suscribo de usted con todo respeto,



Osimar A. Flores Navarrete
Profesor Titula UNI.

DEDICATORIA

Universidad Nacional de Ingeniería

Por existir y darme la oportunidad de estudiar una carrera profesional.

A Nuestros Profesores

A cada uno de los profesores que contribuyeron a mi formación profesional, a los que aún continúan laborando en la Universidad, y aquellos que ya no están y que aún recuerdo con mucho cariño y agradecimiento.

Al Tutor de la Monografía

Al Ing. Osmar Alberto Flores Navarrete, por el apoyo que nos brindo y sus aportes metodológicos, conceptualización, paciencia y comprensión para poder realizar la monografía.

A nuestros amigos:

Yesenia Mendieta, Houshang Dakhteh Harouni, Eudomilia Delgadillo, Allan Valdivia, por sus consejo y por su apoyo incondicional para culminar nuestra carrera.

Con cariño,

Brs. Jennyffer del Carmén Suárez Díaz.
Brs. Noel Alfonso Berrios.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos este trabajo monográfico a Dios, por su bondad, amor, por haberme regalado vida, inteligencia, paciencia y por haberme guiado a lo largo de la realización de este proyecto Monográfico.

Agradezco a mis padres: Francisca del Carmen Díaz, Cristino Lazo Pichardo, por darme su apoyo, amor, consejos y comprensión en toda mi vida.

Agradezco a mi Esposa e Hijos: Patricia Amador González, Marjorie Berrios Amador, Noel José Berrios Amador, Honey Berrios Amador.

Agradezco en memoria a mis abuelos: José D. Berrios Barberena, Juana c Urbina R.

Agradezco a mis hermanos y sobrinos: por su comprensión, al estar en los bueno y malos momentos.

Agradecemos a nuestros amigos:

Yesenia Mendieta, Houshang Dakhteh Harouni, Eudomilia Delgadillo, Allan Valdivia, por sus consejos y por su apoyo incondicional para culminar mi estudio.

Con Cariño.

Brs. Jennyffer del Carmén Suárez Díaz
Brs. Noel Alfonso Berrios

"No hay sabiduría, ni inteligencia, ni consejo contra Dios".

RESUMEN

Es bien sabido que en nuestro país, bendecido por poseer costas tanto en el Océano Pacífico, como en el Mar Caribe, así como también por ser poseedor de grandes lagos, laguna y ríos, se practica la pesca artesanal e industrial. Por tal motivo, producto del procesamiento principalmente de las diferentes especies de peces, resulta como subproducto de desechos, grandes cantidades de pieles de estos peces, las cuales en un alto porcentaje no se aprovechan.

Así mismo se tiene conocimiento de que en muchos países tales como México, y algunos de América del Sur procesan estas pieles y obtienen un cuero de muy buena calidad que es utilizado para diversos fines, pero sobre todo para elaborar artículos tales como, zapatos, carteras, fajas, sombreros y otros tipos de artesanías que las comercializan a muy buen precio tanto en el mercado nacional como el internacional.

Basado en esas exitosas experiencias de esos países, y conociendo que en nuestro país existe capacidad suficiente para procesar estas pieles surgió la idea efectuar un estudio de mercado para determinar la aceptación de estos artículos elaborados con cuero de pescado.

Para tal efecto, se diseñaron encuestas dirigidas a potenciales clientes y comerciantes artesanales para lograr el objetivo. También se entrevistaron a artesanos, asociaciones de marroquinos, representantes y dueños de tenerías, funcionarios de las diferentes instituciones del estado vinculadas a estos temas y a dueños de establecimientos en centros comerciales y aeropuertos.

Así mismo se diseñaron algunos artículos elaborados con este cuero para que los comerciantes y clientes pudieran formarse una opinión acerca de lo que se le preguntó alrededor del tema.

Los resultados obtenidos indican que a pesar de existir un casi total desconocimiento de la existencia de estos artículos, existe un mercado que demanda la presencia de éstos tales como carteras, fajas, etc. Así mismo hay disposición del sector comercial para promover e invertir en esta nueva línea de artículos que calificaron como: exóticos, novedosos y muy bonitos, a tal grado que tanto potenciales clientes como comerciantes despertaron la expectativa de adquirirlo de inmediato, preguntando cuál era la empresa que los distribuye en Nicaragua y a partir de qué fecha podrían adquirirlos. Muchos de ellos están a la espera de la respuesta a su demanda.

I. INTRODUCCION

La iniciativa de realizar este estudio fue con el objeto de conocer el grado de aceptación que puede tener en la población Nicaragüense, los artículos elaborados a partir del cuero de pescado.

El cuero del pescado es obtenido sometiendo la piel a los procesos tradicionales de curtición, en tenerías y marroquinería, Las cuales aplican prácticamente los mismos procesos habituales con leves modificaciones dependiendo del tipo de piel de pescado a curtir.

El resultado, es un cuero con excelentes propiedades que muchas veces superan a las de otros tipos de cueros. Estas pieles consideradas exóticas, se transforma en artículos de elegante apariencia y que según el estudio de mercado realizado en el presente trabajo, han tenido una gran aceptación, principalmente: las Carteras entre los rangos porcentuales de 13 a 15 %, las Billeteras de 13 a 21 % y las Fajas de 12 a 15%. Cuyo promedios porcentual entre estos artículos son en Billeteras 17%, Carteras 14%y Fajas 13.5%. Datos tomados de la tabla No. 9 y 17.de las encuestas realizadas a clientes.

Desde hace algún tiempo en Nicaragua, el sector tenero ha venido enfrentando serios problemas de escases de pieles para la elaboración del cuero. Esto ha traído como consecuencias que los artesanos se vean limitados en su actividad productiva por tal escases, ya que al conversar con muchos de ellos, estos expresan su preocupación por no poder contar con una alternativa inmediata que les resuelva esta problemática.

Por otra parte estamos conscientes que para que esta alternativa funcione de manera eficaz, es necesario el apoyo de las diferentes instituciones del estado que de una u otra manera se relacionarían en los diferentes eslabones conducentes a la inserción de estos artículos al mercado. Por tal razón, se entrevistó a funcionarios del MIFIC e INPESCA, los cuales apoyaron incondicionalmente el presente estudio y desde ya se han puesto a disposición para emprender el arranque de cualquier intensión que surja de este trabajo.

En el aporte informativo por parte de estas instituciones, se pudo conocer que hay 32 tenerías a nivel nacional no enfocadas a la curtición de cuero de pescado, sino a la curtición de pieles provenientes de otros animales. Así mismo se conoce que no hay centros de acopios establecidos para recolectar pieles de pescado para darle un valor agregado.

Es importante destacar que dentro de los hallazgos en este estudio, también se avizora un potencial mercado internacional, ya que los artículos elaborados con estas pieles presentan las calidades necesarias para este tipo de mercado en cuanto a pieles exóticas se refiere.

La existencia en nuestro país de asociaciones de marroquinos la cual aglomera en algunos casos hasta 25 socios como es el de la asociación de marroquinos de granada, dedicada exclusivamente a curtir pieles exóticas como es el objeto de nuestro estudio, Así como de artesanos expertos en elaborar verdaderas obras de arte con estos materiales, nos coloca en una posición extremadamente ventajosa.

En este estudio se utilizaron las herramientas metodológicas para la recolección de información, diseñándose formatos de Encuestas y Entrevistas, que nos permitieron, recolectar, procesar e interpretar los resultados obtenidos.

II. ANTECEDENTES

En muchos países del mundo, como Australia, Estados Unidos, Japón, México, Cuba, Chile, Colombia, y otros, utilizan la piel de pescado en la elaboración de cuero. Sin embargo, no es un producto ampliamente promocionado, a tal punto que dentro de las naciones señaladas la mayor parte de los habitantes no tienen conocimientos algunos sobre el tema¹. Nicaragua en este tema está prácticamente desconectado de este tipo de mercado, ya que los intentos aislados que se han tratado de hacer, por alguna razón no han dado el resultado esperado.²

La piel de pescado se presenta como valor agregado que bien puede beneficiar a la mano de obra artesanal, donde se puede dar cabida sobre todo a los artesanos de sectores urbanos o de las propias caletas pesqueras. Se tiene información que algunas curtiembres artesanales, que funcionan como pequeñas empresas familiares, han incursionado en el procesamiento de estas pieles, sin que hayan logrado mantener un mercado para el cuero obtenido.

En Ecuador existen experiencias en la utilización de la piel de tilapia para la confección de llaveros. También se tiene conocimiento de que se fabrica apliques para la ropa y partes decorativas para mesones y portarretratos. En 1990 se realizaron unas pequeñas pruebas con varias especies de peces, obteniendo resultados positivos en la fabricación de cuero, utilizando la piel de la curvina de roca y el dorado con las que se hicieron billeteras.

1 Internet Pesca MAHI, MAHI.

2 Investigación propia

Algunos Artesanos Nicaragüenses, lograron cierto éxito con este tipo de pieles, trasladándose a otros países como Costa Rica y el salvador, donde encontraron un mercado muy lucrativo, puesto que, estos artículos se venden según sus propias experiencias, a muy buen precio, ya que la piel de pescado se considera como una piel exótica y es muy apreciada por otras culturas.

En el desarrollo del presente estudio se pudo conocer que algunos “Teneros” ubicados en la Rivera del Lago de Managua o Xolotlán y otros de las ciudades de Masaya, Granada y León, realizaban el proceso de curtición con pieles de pescados hace más de 15 años, dejando de realizar esta actividad por escases de materia prima entre ellas las pieles de pescado. Según comentaban los teneros esto les hizo perder el interés de seguir curtiendo, procesando y elaborando artículos de cueros de pescado.

Se logro saber que no hay conocimiento de la exportación e Importación del cuero de pescado, conforme a información del INPESCA³, CETREX⁴, BCN⁵, sus informes anuales y tabla reflejan otro tipo de actividad con el rubro del pescado a como se puede ver en los siguientes Anexo.

A 6⁶ Producto interno bruto por actividad económica donde se refleja en pesca un crecimiento porcentual PIB real en los años 2009 el 12.6%, 2010 el 2.1% y el 2011 el 3.2%.

3 Anexo A1: Industrialización de productos pesqueros en plantas procesadoras, Miles de libras Pág. 20.

Anexo A2: Tabla Exportaciones de productos pesqueros (Miles de dólares). Pág. 24. Pescado Aumento un 21.35%.

4 Anexo A3: Exportaciones CETREX

Anexo A4: Consolidado de Pescado. CETREX

5 Anexo A5: Datos Económicos Pescado BCN.

6 Anexo A 6: Producto Interno Bruto por actividad económica

Anexo. A7⁷ Haciendo referencia al Valor agregado de los sectores agropecuario, silvicultura, pesca y minería se refleja en las actividades pesquera y acuícolas los datos en millones de dólares en los años del 2009 con 55.9, 2010 con 60.5 y 2011 con el 60.1.

Anexo. A8⁸ Producción total del sector manufacturera, según industrias seleccionadas, datos en millones de dólares para carnes y pescados para el año 2009 con 699.8 y el 2010 con 756.0 y una proyección estimado para el 2011 851.0.

A9⁹ Inversiones extranjera directa por sector de destino. Se puede ver que la inversión extranjeras en millones de dólares en los años 2009 con (0,0) (No hubo inversión), 2010 con (0.9) y 2011 con (0.4) Se puede notar que la inversión a este rubro ha sido mínima. Respecto a otros.

Anexo A10¹⁰ Se puede ver la afluencia o Llegada de visitantes y hoteles de los años 2009 con (1, 010,058) 2010 con (1,071.660) y el 2011 con (1, 121,529) quienes podrían representar en el futuro un potencial segmento del mercado para comercializar los artículos elaborados con el cuero de pescado.

Actualmente motivado por el interés, durante el transcurso de este estudio, uno de los miembros de la asociación de marroquineros de Granada el Señor Félix Blandón esta curtiendo y elaborando artículos con esta piel obteniendo hasta ahora muy buenos resultados. A tal punto que esta impulsando esta idea a nivel de los demás miembros y solicitando además apoyo al INPYME.

7 Anexo A7: Valor agregado de los sectores agropecuario, silvicultura, pesca y minería

8 Anexo A8: Producción total del sector manufacturera

9 Anexo A9: Inversiones extranjera directa por sector de destino.

¹⁰ Anexo A10: Llegadas de visitantes y Hoteles.

III. JUSTIFICACION

La industria tenera nicaragüense esta pasando por graves problemas de producción debido a la falta de pieles como materia prima, según¹¹. La información que se tiene del sector Cuero – Calzado, indica que existe un desabastecimiento de cuero para el consumo interno de la pequeña y mediana empresa, debido a las exportaciones de pieles saladas o wet blue que realizan los mataderos industriales y las tenerías grandes.

Este estudio de mercado se realizó con el propósito de conocer el grado de aceptación de artículos elaborado a partir de cuero de pescado y aprovechar las pieles que son desechadas por los Mercados, Plantas procesadoras de pescado, pesqueros artesanales, brindando además una solución a los problemas ambientales que generan estos residuos.

Esto quiere decir que, a pesar de los problemas que pueda tener el sector, esta es una fuente de gran cantidad de materia prima, como lo es la piel de pescado, para obtener el cuero, logrando así, crear fuentes de empleo para los muchos artesanos de nuestro país e impulsar la actividad de la industria tenera, que en la actualidad esta atravesando una enorme crisis, a tal punto, de que la mayoría ha cerrado por falta de materia prima, como lo son las pieles que tradicionalmente se han dedicado a curtir (ganado vacuno principalmente). Por tal motivo, una reorientación de estas curtiembres a trabajar y producir cuero de pescado para la industria nacional, representaría una magnifica opción para el sector que redundaría en fuentes de empleo en el sector tenero, en el artesanal y en el comercial. Además, la piel de pescado de alguna manera recuperaría un valor agregado.

11 . Mific.gob.ni/ Política de Industrialización Pág. 30

IV. OBJETIVOS

Objetivo General

- ✓ Efectuar un estudio de mercado de artículos elaborado con “cuero de pescado” tales como Zapatos, carteras y Fajas, para determinar su grado de aceptación en el mercado nacional.

Objetivos Específicos

- ✚ Seleccionar los artículos objeto de estudio tales como: Zapatos carteras y Fajas entre otros. De acuerdo a criterios de mayor demanda respecto a sus similares.
- ✚ Diseñar las herramientas que nos permita la recopilación de la información básica, conducente a determinar por medio de un análisis estadístico adecuado, la aceptación o no, en el mercado de estos artículos.
- ✚ Investigar si existieron o existen productores que elaboren artículos derivados de la piel de pescado (artículos terminados).
- ✚ Investigar acerca de la posible existencia de un mercado interno de estos artículos.

V. HIPOTESIS

Que existe un potencial mercado para productos elaborados a partir de cueros de pescado, el cual no ha sido explotado por desconocimiento acerca de la existencia y uso de este tipo de cueros

VI. MARCO TEORICO

Estudio de mercado

Es la aplicación de técnicas que permiten y facilitan la obtención de datos que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas para obtener resultados que determinen la aceptación o no y las complicaciones de un producto nuevo dentro del mercado.

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información para la decisión final de invertir o no en un determinado producto.

Identificación del mercado¹²

Se hace una descripción verás del producto que se pretende elaborar, el factor más importante a tener en cuenta en el momento de realizar la segmentación es que todos y cada uno de los miembros de cada grupo sean semejantes respecto a los deseos de compra y los factores que influyen en la demanda.²

Clasificación de mercado

El mercado desde los diferentes puntos de vistas se puede clasificar geográficamente mercados (Internacional, Nacional, Regional, de intercambio comercial al mayoreo, metropolitano, local) según tipo de clientes, mercado (Consumidor, del productor o industrial, Revendedor, del gobierno).

¹² Del libro: Investigación de Mercados, de Tres palacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, 2005.

Segmento de Mercado¹³

Un segmento de mercado se define como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing". Un segmento de mercado es "un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos".

Nicho de mercado

El nicho de mercado (a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), es un grupo más reducido (de personas, empresas u organizaciones), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición.

Tipos de Segmentación de Mercado¹⁴

- ✓ Segmentación Geográfica: Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

- ✓ Segmentación Demográfica: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

¹³ Philip Kotler y Gary Armstrong. La edición del milenio" Ed. PrenticeHall, México., 2001

¹⁴ STANTON, ET AL. "Fundamentos de Marketing" Ed. McGraw-Hill, México, 11ª ed., 1999. 170-244pp.

- ✓ Segmentación Psicográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.
- ✓ Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

Tipos de mercado

Mercado mayorista:

El que vende mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

Mercado minorista:

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados "Supermarkets" (supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven grandes capitales

Análisis de la demanda

Se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

La función previa de la investigación de un estudio de mercado debe ser siempre el análisis y recopilación de toda la información que se pueda conseguir por medio de las encuestado o entrevistados. Una vez seleccionada nuestras fuentes de información y de datos, se procede a valorarlas, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: la demanda de los productos depende del análisis de los elementos siguientes:

El Precio del Producto

Relación negativa entre el precio y la magnitud de la demanda: La relación entre la cantidad demandada y el precio es inversa, esto se refleja en la pendiente negativa de la Curva de demanda, es decir: a mayor precio ceteris paribus (permaneciendo constante todo lo demás), menor cantidad demandada y a menor precio mayor cantidad demandada. Esto se conoce con el nombre de Ley de la Demanda de Pendiente Negativa. Hay que tener en cuenta que la variable independiente es siempre el precio. Se dice que la demanda disminuye si el precio del producto aumenta.

- ✚ Los precios de los bienes sustitutos: Si el precio de un producto es mas elevado entonces aumenta la demanda de otro, aunque este tenga el precio razonable con respecto a su utilización.
- ✚ Ingreso de los consumidores: La demanda de los productos elaborados incrementan cuando los ingresos de otro comercio y empresas locales aumentan.
- ✚ Los gustos y preferencia: Si son acordes o cumplen con las expectativas del comprador la demanda de los artículos aumenta.

Estudio de la oferta

Es la información de mercado que nos permite conocer la capacidad que se tiene para atender una demanda de bienes y servicios por parte nuestra y de nuestros competidores

Este tipo de fuentes de información resuelve interrogantes básicas irrelevantes, sobre todo para quienes evalúan la posibilidad de introducirse en una nueva área de negocios. Los datos sobre la oferta productiva son: Principales player (origen de capital, magnitud empresaria).

La oferta

Es la acción o capacidad de poner a disposición un bien o servicio a un determinado valor donde previamente influyen un conjunto de factores productivos (tierra, trabajo, capital) tecnología y el precios del bien que se desea ofrecer.

Comercialización y mercado

Se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece, la comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización. Mercado es la plaza o sector donde se realiza la acción de comercializar.

Producto y clasificación

Un producto comercial es, en realidad, una combinación de atributos: diseño, color, calidad, coste, envasado, tamaño, duración, peso, etcétera. Estos atributos, que pueden parecer secundarios desde una óptica meramente utilitarista y no concurrencial, son determinantes con frecuencia del éxito o fracaso comercial de muchos productos. El producto debe responder a las necesidades de los consumidores y no a las preferencias de los ejecutivos y técnicos de la empresa.

- ❖ **Conveniencia:** Son productos que un consumidor necesita, aunque no tiene ganas de invertir mucho tiempo o esfuerzo en su compra.

- ❖ **Especiales:** Los productos de impulso son aquellos que se compran rápidamente pero sin sentir una fuerte necesidad. Los verdaderos productos de impulsos son artículos que el cliente no había planeado comprar, decide hacerlo cuando los ve y los compra.

- ❖ **Los productos básicos:** Son productos que se compran a menudo, en forma rutinaria y sin mucha meditación; se venden en lugares convenientes como tiendas de comestibles, tiendas de descuento, etc. La marca es importante.

- ❖ **Los productos de emergencia:** Son aquellos que se compran inmediatamente cuando la necesidad es grande. Medicamentos, Funeraria, Hospitales. etc.

VII. METODO DE RECOLECCION DE DATOS

Existen dos tipos de fuentes de recolección de información: las primarias y las secundarias.

Fuentes primarias

Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de dónde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etc.

Fuentes secundarias

Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que los referencia. Las principales fuentes secundarias para la obtención de la información son los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y medios de información.

Encuesta¹⁵

Es un instrumento de investigación descriptiva que nos permite la recolección de los datos necesarios para realizar un estudio en determinado tema, donde se precisa identificar a priori las preguntas a realizar. Para que una encuesta

¹⁵ Del libro: Investigación de Mercados, de Tres palacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, 2005.

adquiera un valor de credibilidad, se requiere calcular una muestra representativa de la población que interesa evaluar, donde se analizan los datos recopilados y posteriormente se obtienen los resultados que se quieren conocer.

Encuesta Personal: Es la más usada en la práctica. Consiste en una entrevista personal y directa entre entrevistador y persona encuestada. Así se consigue disipar dudas y aclarar algunas respuestas.

Investigación por encuesta: es la más adecuada para procurar información descriptiva. Preguntando directamente a los consumidores se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos, etc.

Al igual que en la investigación observacional puede ser estructurada, cuando se usan listas formales de preguntas que se plantean a los encuestados de igual manera, o no estructurada cuando permite al entrevistador utilizar un formato abierto y dirigir la encuesta de acuerdo con las respuestas recibidas.

Entrevista¹⁶

Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. La entrevista se puede clasificar tomando como referencia los siguientes criterios:

¹⁶ Del libro: Investigación de Mercados, de Tres palacios Gutiérrez Juan, Vázquez Casielles Rodolfo y Bello Acebrón Laurentino, International Thomson Editores, 2005.

Entrevista libre: Sin cuestionario previamente confeccionado o sin un plan de conversación ya elaborado.

Entrevista profunda: Conjunto de preguntas previamente elaboradas que determinan la estructura de un tema.

Entrevista Focalizada (Dirigida) Recopilación de datos acerca de la situación concreta, un fenómeno determinado, sus consecuencias o sus causas.

Entrevistas con preguntas abiertas: Se elabora un detallado plan de entrevista el cual prevé un riguroso ordenamiento y formulación de las preguntas que debe seguir de forma obligatoria.

Entrevista Formalizada (Estandarizada): Esta se acerca a una encuesta por cuestionario en presencia del encuestador, en este caso predominan las preguntas cerradas

Observación directa: En el campo de las ciencias económicas y especialmente de las administrativas, la observación directa cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable.

Análisis de documentos: Técnica basada en fichas bibliográficas que tienen como propósito analizar material impreso. Se usa en la elaboración del marco teórico del estudio.

Para una investigación de calidad, se sugiere utilizar simultáneamente dos o más técnicas de recolección de información, con el propósito de contrastar y complementar los datos.

Internet: No existe duda sobre las posibilidades que hoy ofrece Internet como una técnica de obtener información; es más, hoy se ha convertido en uno de los principales medios para captar información.

Población y muestra

Es el conjunto de elementos o unidades de interés. Son todos los objetos bajo discusión y acerca de los cuales se desea información. Una población puede tener un número finito o infinito de objetos. Estos pueden ser: personas, animales, artículos etc. Levin & Rubin (1996). Cada uno de los elementos de la población se llaman individuos o unidades estadísticas. Cadenas (1974).

Tamaño

Que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística y el tamaño viene dado por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos, la población puede ser finita o infinita.

Población finita

Cuando el número de elementos que integra la población puede ser determinada o cuantificada se puede considerar a esta como una población finita. Ejemplo: Los estudiante de una universidad específica, la población de una ciudad organizada.

Población infinita

Cuando el número de elementos que integra la población es muy grande, se puede considerar a esta como una población infinita, por ejemplo; el conjunto de todos los números positivos.

Método de muestreo

Muestreo

Es la acción de reunir los datos que se desea estudiar, obtenidos de una proporción reducida y representativa de la población. Consiste en tomar decisiones sobre tres factores, la unidad de muestreo, el tamaño de la muestra y el procedimiento de muestreo.

Muestreo probabilístico¹⁷

Procedimiento por el cual se da a cada persona o elemento del universo una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra.

¹⁷ Libro. Investigación de Mercado Pablo Valdery Sanz

Existen varios tipos de muestreo que se describen a continuación:

- Muestreo simple al azar: Selección de un miembro individual por un proceso aleatorio.
- Muestreo estratos y estratificado: Se divide la población de acuerdo a estratos o grupos de acuerdo a un esquema predeterminado.
- Muestreo por conglomerados: selección por grupos y no individual.
- Muestreo sistemático: Se selecciona cada enésimo elemento de una lista.
- Muestreo por etapas múltiples o áreas: Selección de acuerdo al área dónde vive la persona y no al área donde se esta realizando la investigación

Muestra no probabilística

Una muestra en la que la selección de las unidades está basada en factores diferentes a la oportunidad aleatoria, por ejemplo conveniencia, experiencia anterior o el juicio del investigador.

- ❖ Muestreo de estratos o cuotas: En el primer tipo el encuestador selecciona un extracto de población según la conveniencia de los objetivos del estudio lo que implica la aplicación de cuestionarios más directos y a bajos costos.

- ❖ Muestreo de conveniencia de proyectos: Para el segundo tipo se trasladaran al sitio donde se encuentre el encuestado que le interesa al investigador. Este es un método fácil y barato, pero el sesgo suele ser imposible de estimar.

- ❖ Muestreo de bola de nieve: Los primeros encuestados se seleccionan al azar y los posteriores por referencia de los primeros. Este tipo se emplea muy frecuentemente cuando se hacen estudios con poblaciones "marginales", delincuentes, sectas, determinados tipos de enfermos, etc.

Muestra

Es un conjunto representativo de la población de referencia, el número de individuos de una muestra es menor que el de la población. Una muestra debe ser representativa y se asume un margen de error (generalmente no superior al 5%).

Nivel de confianza

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA									
POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

n: Es el tamaño de la muestra.

Z: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.

Sean ciertos: Un 95% de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

E: Es el error muestral deseado. Es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: Proporción con la característica de interés de los individuos que no poseen esa característica, es decir, $1-p$.

Variables estadística

Variable cualitativa

Se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, Sexo Profesión, Estado Civil, etc.

Variable cuantitativa

Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población, el peso, Altura, Edad, Número de Sucesos.

Frecuencia relativa

Las frecuencias relativas (f_i) se calculan dividiendo cada una de las frecuencias absolutas (n_i) entre el número total de observaciones, (N), pudiéndose expresar en forma de una Fracción o de un porcentaje.

Representativa

Se refiere a que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser tomados en cuenta para formar dicha muestra.

Adecuada y válida

Se refiere a que la muestra debe ser obtenida de tal manera que permita establecer un mínimo de error posible respecto de la población. Para que una muestra sea fiable, es necesario que su tamaño sea obtenido mediante procesos matemáticos que eliminen la incidencia del error.

Cuero

El cuero en definitiva proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. La capa de piel es separada del cuerpo de los animales, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final y posteriormente es sometida a un proceso de curtido. El cuero se emplea como material primario para otras elaboraciones.

Acuicultura

Es un conjunto de actividades, técnicas y conocimientos de cultivo de especies acuáticas vegetales y animales. Es una importante actividad económica de producción de alimentos, materias primas de uso industrial, farmacéutico, ornamentación y repoblación de la especie¹⁸:

Los sistemas de cultivo son muy diversos, de agua dulce o agua de mar, y desde el cultivo directamente en el medio hasta instalaciones bajo condiciones totalmente controladas. Los cultivos más habituales corresponden a organismos planctónicos (microalgas, Artemia), macroalgas, moluscos, crustáceos o peces.

Son cultivos de especies de peces y crustáceos tropicales y subtropicales dulceacuícolas. Los más extendidos son los cultivos de tilapia, Pacu, Camarón, Langosta australiana y otras especies de peces y crustáceos. El cultivo de Tilapia ha ido creciendo gradualmente hasta convertirse en el más importante en los países tropicales y subtropicales.

¹⁸ Referencia Bibliográfica: INPESCA 2012. Anuario Pesquero y Acuicultura 2011.

Histología general de la piel de los peces

La dermis se origina del esodermo embrionario y esta compuesta por tejido conjuntivo fibra elástico relativamente pobre en células. En los ciclóstomos forma una capa compacta. En los peces en general, la dermis consiste en una relativamente delgada capa superior de tejido difuso, zona denominada estrato compacto. Esta zona es rica en fibras de colágeno las cuales están dispuestas en forma paralela a la flor y entrecruzadas entre sí en láminas, no formando redes entrecruzadas como en el caso de los mamíferos. Finalmente se encuentra el tejido subcutáneo o hipodermis, caracterizado por poseer tejido conjuntivo desorganizado, a depósitos y sostiene a la dermis a través de musculatura.

Los estratos celulares de la epidermis contienen células mucosas que producen mucina, la cual es una glicoproteína que forma los mucos, una delgada secreción lubricante. Las células mucosas derivan de la membrana basal de la epidermis y cuando alcanzan la superficie forman un lumen a través del cual se libera su contenido. Las células mucosas difieren en número y tamaño dependiendo de la especie. En los ciclóstomos las secreciones provienen de un tipo de glándulas mucosas modificadas que secretan un coloide mucoso el cual puede ser excretado alcanzando considerables distancias. La función del mucus es comparable a la queratina de mamíferos. En primer lugar reducen la fricción del pez con el agua permitiéndole alcanzar mayores velocidades con un gasto menor de energía, por otro lado, protege a la piel de colonizaciones de parásitos y hongos. Es bien sabido que si remueve una sección de esta capa mucosa el pez puede morir por una infección de hongos o bacterias o por alguna interferencia que impida el proceso normal de osmosis entre la piel y el medio. Una vez muerto el animal, el mucus deja de ser efectivo ya que, después de un cierto tiempo, se coloniza por bacterias que usan el nitrógeno del mucus como nutriente produciendo la destrucción de la epidermis.

Una característica importante de los peces es su característica pigmentación que se debe a un tipo de células llamadas CROMATÓFOROS. Son células modificadas de la dermis aunque también en algunos casos como el congrio se encuentra en la dermis. Estas células contienen pigmentos y de varios tipos que son distinguidos por su color y naturaleza, pueden ser negros MELANÓFOROS, amarillas XANTÓFOROS, rojos o naranjas ERITRÓFOROS o blancas GUANÓFOROS.

El colágeno y sus propiedades fisicoquímicas

Es la principal proteína fibrosa de los animales superiores y se encuentran en el tejido conjuntivo: es la más abundante de todas las proteínas de los vertebrados superiores y constituye alrededor de un tercio, o más de la proteína total del cuerpo. Cuanto mayor y más pesado es el animal tanto es mayor la fricción del colágeno que contribuye a las proteínas totales. Se ha dicho muy adecuadamente, que una vaca por ejemplo, se mantiene en forma tal principalmente gracias a las fibrillas de colágeno de su pellejo, tendones y otros tejidos conjuntivos. En el pellejo de la vaca las fibrillas de colágeno forman una red entrecruzada en láminas, quedando porciones de ella en dirección perpendicular a la flor. Desde el punto de vista de su estructura primaria, el aminoácido constituyente más abundante es la glicina. Schneider considera a la molécula de colágeno formadas por periodos de 8Aas de glicina mas 4Aas de prolina mas 2Aas de hidroxiprolina mas 1Aas de aginina o lisina mas 4Aa de ya sea tiroxina, aspártico, glutámico e histidina, que se van repitiendo hasta constituir las cadenas polipeptídicas que por uniones laterales entre sí dan la molécula de colágeno.

Aunque los colágenos de diferentes especies difieren algo en la secuencia de Aas, la mayor parte contienen alrededor de 35% de glicina, 12% de prolina y un 9% de hidroxiprolina, un Aa que se encuentra raramente en proteínas distintas al colágeno.

La prolina como la hidroxiprolina se diferencia de todos los demás Aas en que su grupo R es un sustituyente en el grupo amino. Con respecto a la estructura secundaria, se ha deducido que es una triple de cadenas polipeptídicas arrolladas hacia la izquierda las cuales se mantienen unidas mediante enlaces de hidrogeno.

Los grupos de hidrogeno se forman entre un grupo carbonilo de una cadena polipeptídica y un grupo amino de otra cadena adyacente. Los puentes de hidrogeno son muy comunes en la configuración de proteínas y es la base química fundamental que el curtido debe tener clara para comprender el complejo comportamiento del colágeno frente al pH, temperatura y otras variables fisicoquímicas.

Por otro lado, el hecho de que las cadenas polipeptídicas del colágeno, contengan el Aa hidroxiprolina Aa que raramente se encuentra en otras proteínas, ocurra la formación de otro tipo de puente de hidrogeno por la unión de un grupo carbonilo de una cadena con el grupo OH situado en el anillo pirrólico de la hidroxiprolina en una cadena adyacente, dando con ello una mayor estabilidad a la estructura secundaria en comparación con otras proteínas. Cabe agregar la importancia de la temperatura en la estabilización de los puentes de H.

El aumento de la temperatura desestabiliza estos enlaces y por lo tanto la estructura secundaria, en general puede decirse que a mayor número de puentes de H, más temperatura se requiere para su desestabilización.

Métodos de extracción y conservación de la piel

Extracción

Para lograr una buena conservación de las pieles es necesario que estas no se contaminen durante el fileteado y su posterior transporte a la sección de conservación. Para ello se recomienda que al sacar la piel del animal se recoja directamente en recipientes limpios y adecuados para que no se ensucien con los restos de carne producida por el fileteado, que en mayor o menor cantidad pueden encontrarse en el suelo.

Descarnado

Este proceso es muy importante ya que de esto depende una buena conservación. Una vez efectuado la recolección de las pieles estas pasa a la sección de conservación. Ahí se extienden sobre una mesa limpia con el lado carne hacia arriba para efectuar un descarnado total y un pequeño recortado. Consiste en quitar en lo posible toda la carne de la piel con un cuchillo bien afilado y teniendo el cuidado de no hacer agujeros, ya que esto le haría perder su valor comercial, en esta operación deberá eliminarse de la piel todas aquellas partes que no sirvan para la obtención de cuero, tales como colas, partes de espinas, ya que estos restos por su propia naturaleza y grosor son difíciles de secar adecuadamente o que la sal de conservación llegue a penetrar y que perjudica la conservación.

Conservación de la piel (Tipos)

La piel en estado natural, por su propia naturaleza y debido a la contaminación micro bacteriana producida por los gérmenes del ambiente, los insectos y los residuos que existen en la piel (carne y sangre), sufre una degradación o putrefacción.

Por salmuera

Consiste en sumergir las pieles en un baño de agua saturada con sal y mantenerlas ahí hasta su uso posterior.

Por salado seco

Después del fileteado y descarnado total se lavan las pieles con agua, luego se escurren por un tiempo de 10 minutos, luego del escurrido se colocan las pieles con la carne hacia arriba y se procede a poner la sal es recomendado aplicar un 40% de sal sobre del peso de la piel. Luego se dejan escurrir en una mesa inclinada, durante 2 horas. Posteriormente se aplica mas sal y se estiban las pieles de forma lado-carne-flor.

Por congelación

Las pieles lavadas se acomodan carne con carne y se procede a mantenerlas bajo 0°C.

Almacenamiento

Es necesario controlar el almacenamiento de las pieles conservadas, por salado en seco ya que un calentamiento excesivo produce descomposición de la piel.

Defectos de la piel

Por mal descarnado: agujeros (pérdida total de la piel).

Por mala conservación

Manchas de putrefacción, agujeros a través de la piel por las larvas de las moscas, manchas de sal.

Tipos de tilapia ¹⁹

Tilapia del Nilo, La tilapia (también conocida como mojarra) es un grupo de peces de origen africano pertenecientes al género *Oreochromis* que habita mayoritariamente en regiones tropicales del mundo, donde se dan las condiciones favorables para su reproducción y crecimiento. Entre sus especies destacan la tilapia del Nilo, tilapia azul y la tilapia de Mozambique.

¹⁹ Bibliografía: Guía de identificación de peces marinos de Nicaragua.

Reproducción

La Tilapia generalmente alcanza la madurez e inicia la reproducción a un tamaño de 20cm (230gramos), aunque en altas poblaciones se ha observado hembras de 9 cm incubando huevos. Con el incremento de peso también se incrementa el número de huevos producidos.²⁰

Los huevos son incubados en la boca de la hembra durante 48 - 72 horas hasta que eclosionan, posteriormente las crías son protegidos durante 7-12 días por los padres que alejan a otros peces depredadores. Tilapia posee un crecimiento rápido en comparación con otros peces, alcanzando un peso de 3 peces/libra durante 150 días a densidad de 3 – 5 peces/ m², con un peso inicial de 10 gr. Se adapta rápidamente a diferentes tipos de alimento y a diferentes formas de alimentación.²¹

Utilización de pieles

Especies que pueden utilizarse para obtener cuero, Sin incluir al tiburón, son todas aquellas especies de peces de buen tamaño que tengan como características las escamas pequeñas. Por ejemplo, la anguila, el bagre, el congrio la corvina plateada, la corvina de roca, el dorado, el salmón y la tilapia. Los artículos diseñados con estas pieles son: Carteras, billeteras, portafolios, chaquetas, monederos, llaveros, porta chequeras, cinturones, correas para relojes, apliques para traje de baño y pantalones, zapatos y otros artículos se pueden confeccionar con el cuero de pescado.

²⁰ Wikipedia.org/Tilapia

²¹ Folleto técnico de INPESCA "Pescado de Tilapia"

Pasos para la elaboración del cuero de pescado “Tilapia”

Primeramente se comienza con la recolección de las pieles en las distintas caletas, luego las pieles se seleccionan, estableciendo cuales pieles están en buen estado o en mal estado A continuación.

Con las pieles ya en la curtiembre o marroquinería, se les quitan las escamas, la carne y la grasa (cada pez tiene una dificultad diferente particular), cuando las pieles ya están limpias se les quita el olor lavándolas y enjuagándolas repetidas veces hasta cumplir el objetivo, una vez que a las pieles se les quita el olor se realiza el curtido, para esto se necesita una resina de un árbol, quebracho que se trae desde Brasil y San Francisco libre, esta se disuelve en agua tibia, si uno desea se puede agregar tintura vegetal, de lo contrario quedan colores mas parecidos a los naturales, una ves disuelta la resina de árbol, se sumergen las pieles durante cuatro a cinco días y también se revuelven constantemente, después se secan las pieles estacándolas en madera y por ultimo si uno desea se soban para darle flexibilidad.

El tipo de artesanía que realiza se llama Marroquinería Rustica, lo que quiere decir que es un trabajo con cuero de pescado realizado con las manos y herramientas. Donde se pueden elaborar artículos como para citar un ejemplo: Carteras: es un instrumento cuya función principal es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billeteras, monederos, llaves, documentos o similares, utensilios de belleza femenina (maquillaje, pintalabios, etc.).

Puede tener diferentes formas y tamaños y, asimismo, puede fabricarse con una pluralidad de materiales (por ejemplo, en cuero, plástico o tela); estos elementos dependerán, en gran medida, de las modas y exigencia del cliente.

VIII. DISEÑO METODOLOGICO

Diseño de la investigación

El presente estudio de mercado ha sido concebido para desarrollar con un diseño de investigación no experimental, ya que este no manipula las variables de forma deliberada y más bien observa el comportamiento natural de las acciones para su posterior análisis.

Tiene la característica de ser un estudio semi - cuantitativo y con mayor sesgo en los aspectos de interés cualitativos, ya que se busca determinar el grado de aceptación de los artículos objeto de estudio.

Se realizó acciones exploratorias ya que no se contaba con la información necesaria del manejo y uso de las pieles de pescado. En esta fase, El objetivo fue determinar la tendencia, conocer los puntos o áreas y situaciones de estudios, que nos permitan darle continuidad a la investigación.

La investigación fue realizada mediante la consulta de:

Bibliografía: Se tuvo especial cuidado en la selección de material bibliográfico confiable, con el fin de obtener información verídica de los libros, publicaciones, Informes, trabajos de estudios relacionados, censos oficiales, análisis consultados y otros.

Internet: para obtener información que contribuya a la investigación, posiblemente de investigaciones realizadas en otros países tomando en cuenta su aplicabilidad a nuestro estudio.

La muestra seleccionada para este estudio fueron los departamentos de Masaya, Granada, León, Managua y los puntos de encuestas fueron los principales Centros comerciales, tomando como criterio principal que estos centros son los más visitados por el tipo de cliente que consumen estos artículos.

Según cifras de Estimaciones y proyecciones de (INDEX) la población Nacional a (Julio 2011)²² es de (5.727.707), segmentando por edad entre los rangos de 15-64 años quienes representan una población del 63,8% entre (hombres 1.743.591/mujeres 1.874.025) que sumándolos por género nos totalizan una población de 3, 617,616.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de población finita ya que es una población que está constituida por 3, 617,616 elementos

La información fue recogida mediante la implementación de encuesta especialmente diseñada dirigida a usuarios y comerciantes. Una encuesta en particular para cada clase de encuestados.

²²Anexo A .12: Index.gob.ni. Estimaciones y proyecciones de la población del 2012.

Además se efectuaron entrevista personales, abiertas, a funcionarios de diferentes instituciones relacionada directa o indirectamente a esta actividad, también se efectuaron entrevista, a Presidente de Asociación de Marroquineros, Artesanos, Comerciantes y Dueños de Pequeñas Marroquinerías Independientes en diferentes partes del país.

Ya que para que el encuestado pudiera responder muchas de las preguntas efectuadas mediante la encuesta, se hacia necesario que conociera el artículo estudiado para poder opinar, se elaboraron 2 de estos con cuero de tilapia para que fueran mostrados por el encuestador al encuestado y así completar el proceso. Los artículos fueron una cartera mediana y una billetera.

Los resultados fueron tabulados, procesados y analizados mediante técnicas estadísticas, previamente estudiada para aplicarla al presente estudios tales como el análisis de frecuencia y análisis de gráficos.

Los valores que sustituirán las variables antes mostradas serán presentados y justificados en el estudio de mercado.

Esta variable ofrece una Estimaciones y proyecciones de la población del 2012. Basada en estadísticas de los censos de población, datos estadísticos del sistemas de registro según formación de la Dirección de Estadísticas y Censo el 2012. Masaya= 130,113, Granada= 973,087, León 374,000= Managua =1, 500,000 para un total de 3, 617,616²³ de población seleccionada que se tomo como una muestra de una población finita resultando 384. Encuesta a realizarse.

²³ [www/ Index .gob.ni](http://www/Index.gob.ni). Estimaciones y proyecciones de la población del 2012. Inide .gob.ni

Mapa de las localidades tomada para la muestras.



Resumen calculo de la muestra

Unidad de análisis: personas

Universos, Masaya, Granada, León, Managua con 3, 617,616 personas

Tipos de muestra: Finitas

Variables: Persona con nivel socioeconómico medio-alto , en un rango de edad de 15 a 64 años.

Formula para el cálculo de la muestra en poblaciones Finitas según Laura Fisher

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(n-1) + Z^2 * p * q}$$

n= el tamaño de muestras

z=: nivel de confianza

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

E =error de estimación (precisión en los resultados).

Dentro del calculo de la muestra se determina el error máximo que puede ser aceptado en los resultados, se trabaja con el 5% para obtener variaciones mínimas y brindarle la valides a la información, en este calculo de la muestra se maneja un nivel de confianza 95% siendo su error de estimación del 5%.

Z= 95%

p= 50%

q = 50%

e= 5%

n =?

Sustituyendo los datos en la ecuación anterior, se obtiene los siguientes resultados:

$$n = \frac{(1.96^2) (3,617.616) (0.5)(0.5)}{0.05^2(3,617,616-1) + (1.96^2) (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (3,617.616)(0.25)}{0.0025 (3617.615) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{3,474,358.406}{9,044.0375 + 0.9604} = 3,474,358.406 / 9,044.9979$$

n = 384.1193 = 384 Personas encuestadas.

Análisis de la fuentes primaria

Encuestas

La encuesta se aplicó a la muestra seleccionada con el propósito de obtener de las fuentes primarias la información necesaria en el sentido de determinar el grado de aceptación, gusto y preferencias que tienen los encuestados de los artículos elaborados del cuero de pescado, así como también identificar el segmento de mercado en las diferentes zonas, (Masaya, Granada, León y Managua), mercado y tiendas de artesanía, se encuestaron un número previamente cuantificado de la población de interés seleccionado según criterios estadísticos garante de la suficiente representatividad de la muestra para lograr el objetivo planteado.

Objetivos específicos: Se seleccionaron como artículos de estudio en el presente trabajo zapatos, cartera, fajas, Billetera, bolso, maletines, Cartuchera, Aretes. Basados en la demanda de artículos similares elaborados con otro tipo de materiales. En la encuesta aplicada se efectuaron preguntas claves alrededor de los artículos seleccionados tales:

1. como que si sabía que la piel de pescado se procesaba, obteniendo un cuero con excelente calidad y además que era muy resistente.
2. sabía usted que el cuero de pescado es utilizado para la elaboración de artículos como son: Zapatos, Carteras, Fajas u otros.
3. Alguna vez ha visto en alguna de la tienda de nuestro país algún artículos elaborado con cuero de pescado.
4. Algún conocido suyo o familiar le ha comentado alguna vez la existencia en nuestro país artículos elaborado de cuero de pescado

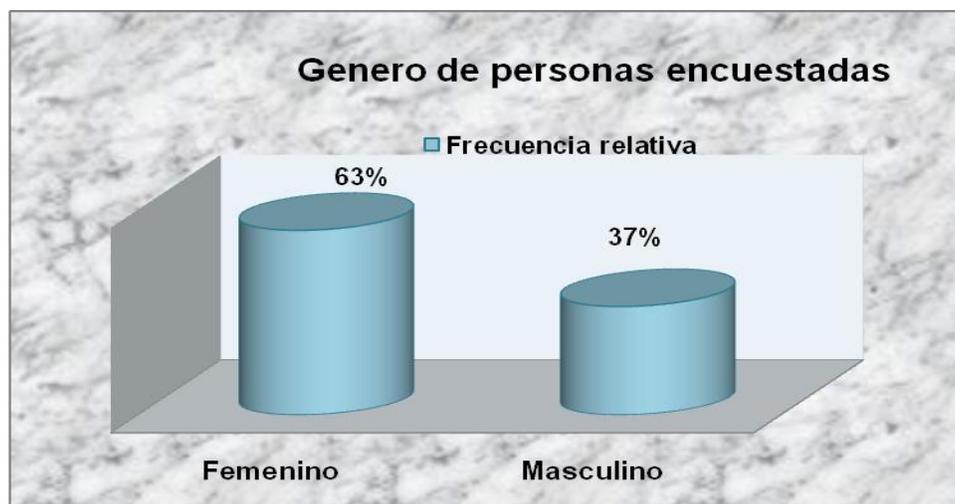
5. Usted ha comprado artículos elaborados a partir del cuero de pescado como zapatos, Carteras, Fajas u otros.
6. Usaría usted artículos elaborados a partir del cuero de pescado
7. Que artículos ha comprados: zapatos Carteras, Fajas u otros.
8. Que clase de artículos elaborados con cuero de pescado le gustaría usar.
9. En cual de los siguientes lugares usted adquirió estos artículos
10. Estaría dispuesto a adquirir este o estos artículos.
11. Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este o estos artículos.
12. Con que frecuencia compra artículos elaborados con cuero de pescado.
13. Cuanto suele gastar en promedio al comprar algún artículos elaborados con cuero de pescado
14. Marque con una x El tipo de artículos adquirido con cuero de pescado zapatos, Carteras, Fajas u otros.
15. Como califica usted los artículos elaborados con cuero de pescado.
16. Que artículos le gustaría que se elaboren con cuero de pescado y que estuviesen disponible en el mercado nacional

Análisis de la encuesta a clientes

Como se menciono anteriormente, se elaboro un diseño estadístico que nos permitiera el análisis de los resultados de las encuestas, con lo cual, logramos obtener información acerca de las preferencias del consumidor y sobre todo la aceptación del producto a ofertar, para así determinar la asimilación en el mercado al introducir este producto.

Género de personas encuestadas. Tabla 1 y Grafico.

Genero	Frecuencia	Frecuencia relativa
Femenino	242	63%
Masculino	145	37%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



De las tablas y gráficos se deducen que de un total de 387 personas encuestadas el 63% son mujeres y un 37% son Hombres, la frecuencia acumulada es de 387 tablas No 1. Las encuestas fueron aplicadas en los principales centros comerciales y mercados de artesanía seleccionados como puntos de encuesta, en donde existe mayor afluencia de los potenciales clientes para este tipo de artículos. La metodología de selección del encuestado fue al azar.

Al preguntar al encuestado que si sabía Usted que la piel de pescado se procesa, obteniendo un cuero de excelente calidad y además es muy resistente. Tabla 2 y Grafico.

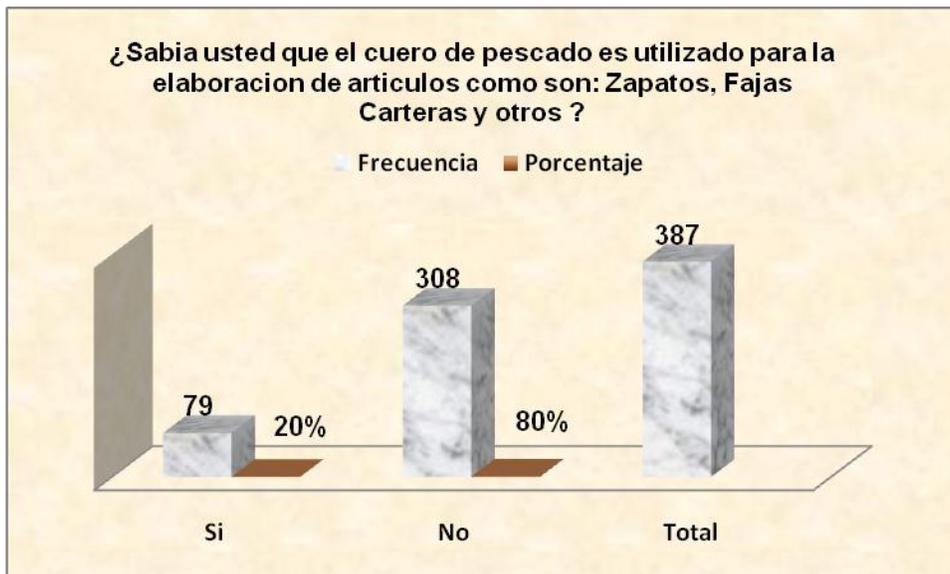
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	65	17%
No	322	83%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



De las 387 personas encuestadas la mayor parte 322, no sabía que la piel de pescado se procesaba obteniendo un cuero de excelente calidad y muy resistente con una frecuencia relativa del 83% y únicamente 65 personas con una frecuencia relativa del 17% sabía de que se puede procesar la piel de pescado y obtener cuero.

Al preguntar al encuestado. ¿Sabía usted que el cuero de pescado es utilizado para la elaboración de artículos como son: Zapatos, Carteras Fajas u Otro? Tabla 3 y Grafico.

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	79	20%
No	308	80%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Del total de 387 personas encuestadas de 308 mujeres y hombres no sabia que el cuero de pescado es utilizado para la elaboración de los siguientes artículos, Zapatos Cartera, Faja u otros con un total de una frecuencia relativa un 80% y solamente 79 personas mujeres y hombres con un porcentaje de 20% si sabia que el cuero de pescado es utilizado para la elaboración de los siguientes artículos, Zapatos Cartera, Faja u otros.

Cuando preguntamos al entrevistado ¿Alguna vez has visto en alguna tienda de nuestro país algún artículo elaborado con cuero de pescado? Tabla 4 y Grafico

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	71	18%
No	316	82%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Del total de encuestado entre mujeres y hombres 316 persona no han vistos ningún artículos elaborados con cuero de pescado en tienda y mercado de nuestro país representando esto un 82 %. Únicamente 71 persona contestaron que han vistos estos artículos en Masaya lo que corresponde el 18%.

¿Algún conocido suyo o Familiar le ha comentado alguna vez acerca de la existencia en nuestro país de artículos elaborado con cuero de pescado? Tabla 5 y Grafico

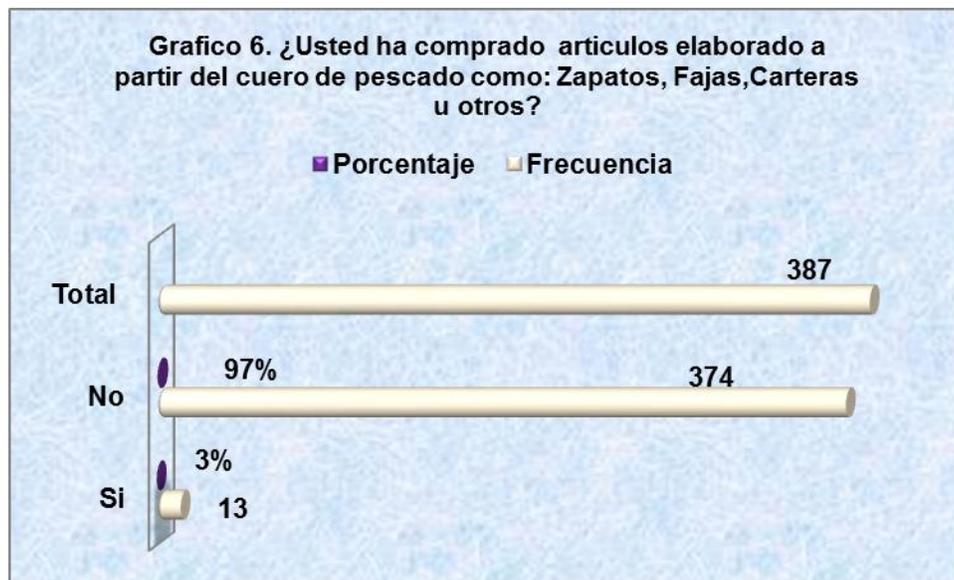
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	62	16%
No	325	84%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



De un total de 387 personas encuestadas entre mujeres y hombres 325 personas respondieron que nunca le han comentado acerca de la existencia de artículos elaborados con cuero de pescado siendo estos un porcentaje del 84%, tan solo el 62 confirmo que si sabia de la existencia en nuestro país de estos articulo por referencia de conocidos o familiares representando un16 %.

¿Usted ha comprado artículos elaborados del cuero de pescado como: Zapatos, Fajas, Carteras u otros? Tabla 6 y Grafico.

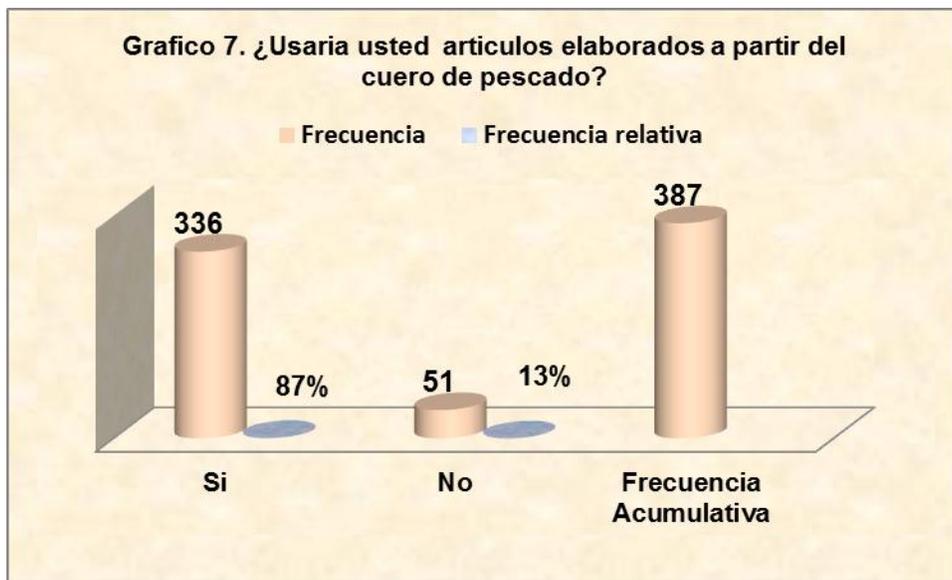
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	13	3%
No	374	97%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Del total de 387 personas encuestadas entre mujeres y hombres 374 persona contestaron No, representando un 97 %, únicamente 13 persona respondieron que han comprado artículos de cuero de pescado pero fuera de nuestro país, nunca le han comentados acerca de la existencia del artículos del cuero de pescado, representando el 3%.

Para conocer el segmento de mercado se le pregunto al encuestado ¿Usaría usted artículos elaborados a partir del cuero de pescado? Tabla 7

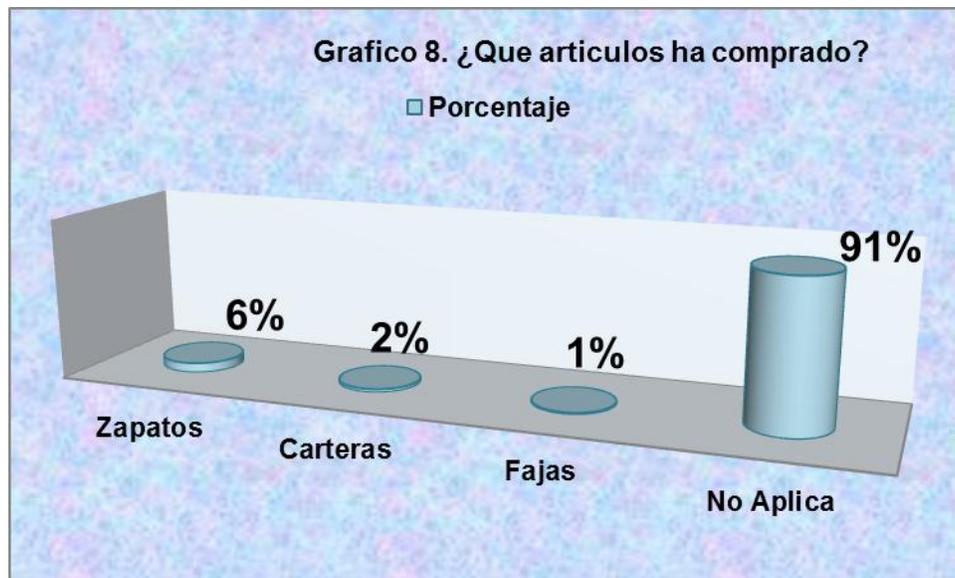
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	336	87%
No	51	13%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Del total de 387 personas encuestadas entre mujeres y hombres 336 persona contestaron si, representando un 87 % y con respuesta No 51, con un 13 % restante.

Considerando que según los resultados el 3% de los encuestados ha comprado artículos con cuero de pescado en el extranjero, que podría existir la posibilidad real de que existirán personas en nuestro país que en algún momento hubieran adquirido (comprado o por cualquier otro medio) artículos elaborados con cuero de pescado, a como efectivamente se comprobó (Tabla 6 Le preguntamos al encuestado) ¿Que artículo ha comprado? Tabla 8 y Grafico.

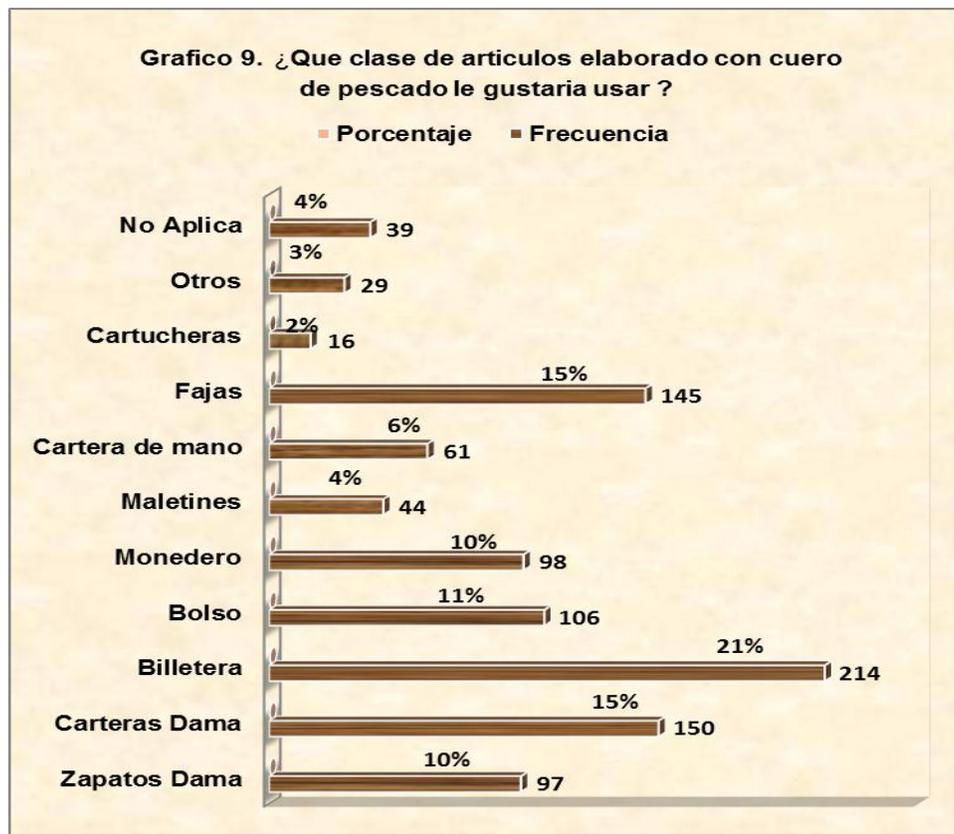
Articulo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Zapatos	25	6%
Carteras	7	2%
Fajas	5	1%
No Aplica	354	91%
Frecuencia Acumulativa	391	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



El resultado obtenido de las 387 personas encuestadas entre mujeres y hombres el 6% ha comprado Zapatos, el 2% Carteras, y el 1% Fajas.

Una vez que el encuestador ha mostrado al encuestado dos artículos elaborados con cuero de pescado, (Cartera y billetera de mujer con cuero de tilapia que el encuestador tiene como muestra para desarrollar correctamente la encuesta) procede a formular la siguiente pregunta ¿Que clase de artículos elaborado con cuero de pescado le gustaría usar? Tabla 9 y Grafico.

Artículos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Zapatos Dama	97	10%
Carteras Dama	150	15%
Billetera	214	21%
Bolso	106	11%
Monedero	98	10%
Maletines	44	4%
Cartera de mano	61	6%
Fajas	145	15%
Cartucheras	16	2%
Otros	29	3%
No Aplica	39	4%
Frecuencia acumulada	999	
Frecuencia acumulada relativa		100%



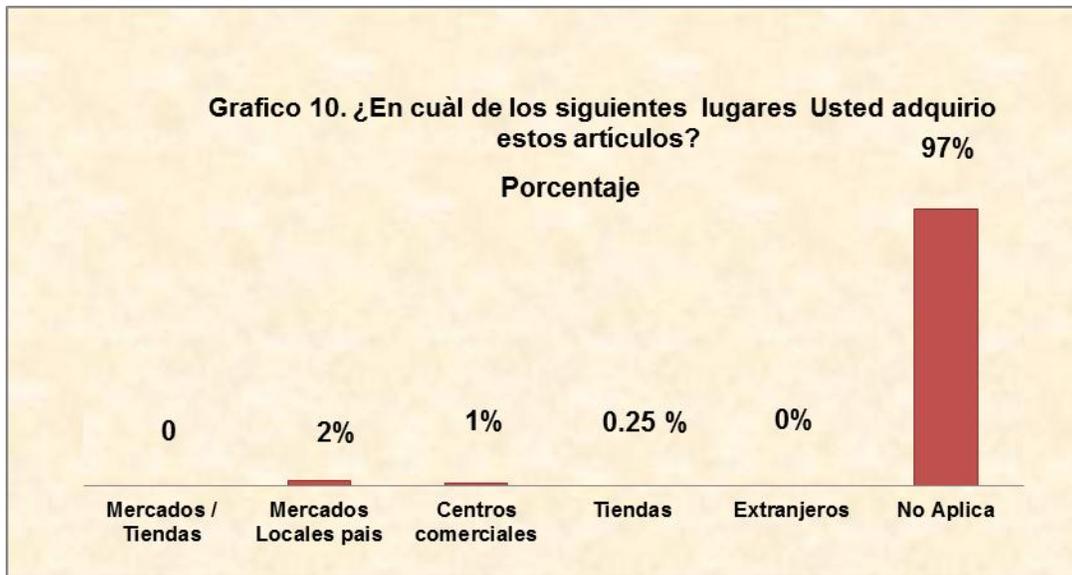
En la tabla resumen podemos observar las diferentes respuestas obtenidas a tal pregunta. Los resultados con mayor puntaje fueron para billetera tanto para hombres y mujeres con el 21% seguida de un empate para fajas y cartera de dama con un 15 % para cada uno, le siguen en el orden Bolso con el 11% y monedero y zapatos de damas ambos con 10% entre los mas relevantes. El porcentaje mas bajo fue para cartuchera con el 2%.

Es interesante observar que el encuestado menciona entre otros artículos que estaría dispuesto a usar :(Cigarrera, acabado de cuadro, forro de asiento, agenda etc.), con un 3% lo que indica una línea de artículos importantes a considerar. En el grafico podemos observar mas detalle.

En preguntas anteriores (Tabla 6 y tabla 8) el 3% de los encuestados afirmaron haber comprado artículos elaborado con cuero de pescado. En términos porcentuales Zapatos 6%, cartera 2 y el 1% fajas.

Para saber en que tipos de establecimiento adquirió estos artículos le formulamos la pregunta ¿En cuál de los siguientes lugares Usted adquirió estos artículos?, dándole además las siguientes alternativas resumidas en la presente Tabla 10 y Grafico.

Mercados / Tiendas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mercados Locales país	7	2%
Centros comerciales	2	1%
Tiendas	0	0%
Extranjeros	1	0%
otros	0	0%
No Aplica	377	97%
Frecuencia acumulada	387	
Frecuencia relativa acumulada		100%

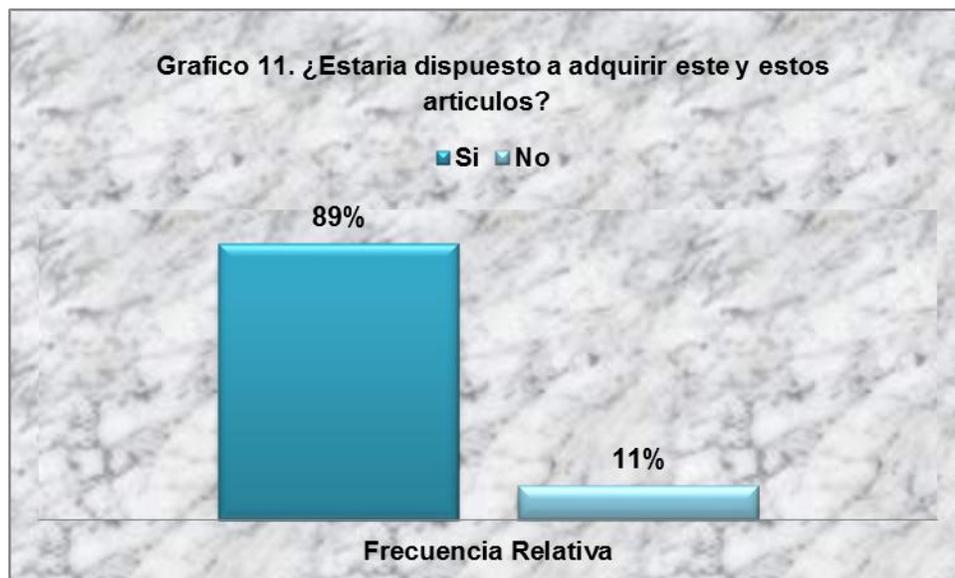


Los resultados obtenidos a como se puede observar fueron los siguientes: el 2% afirma que adquirió los artículos en mercado locales del país, que el 1% en centro comerciales y 0.25 % en el extranjero.

En el grafico podemos observar que el 97% de los encuestados nunca ha adquirido este tipo de prendas ni en el mercado local ni en el extranjero.

A partir de haberle mostrado alguna de las prendas que se pueden elaborar con el cuero de pescado se continuo preguntando al encuestado ¿Estaría dispuesto a adquirir este o estos artículos? Tabla 11 y Grafico.

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	344	89%
No	43	11%
Frecuencia Acumulativa	387	
Frecuencia Relativa acumulada		100%

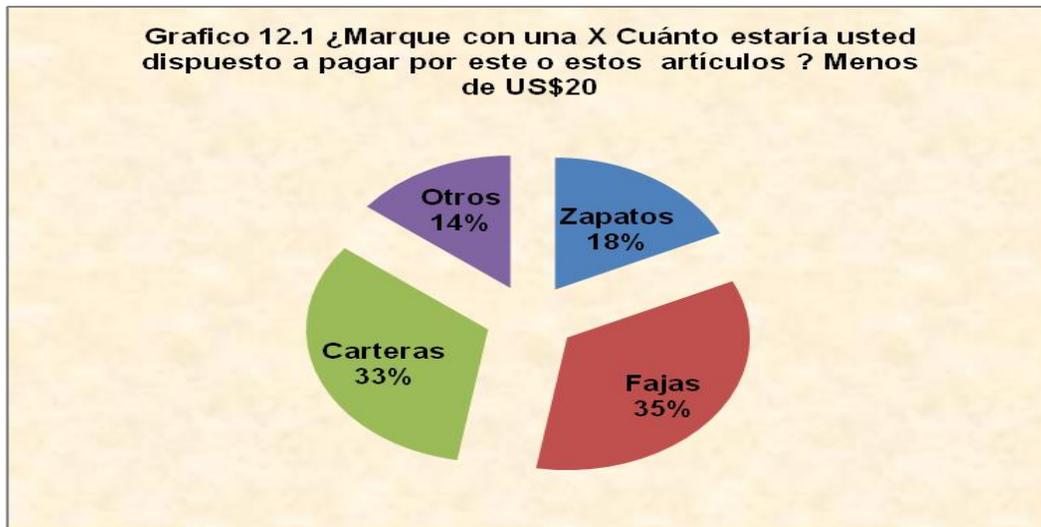


Resultando después del análisis correspondiente que un 89% si estaría dispuesto a adquirirlo y tan solo el 11% reacciono de una forma negativa. El grafico ilustra este resultado.

Con respecto a la disponibilidad de los clientes potenciales para pagar por un artículo de las características mostradas por las prendas elaboradas con el cuero de pescado, se solicitó al encuestado, que marcara con una X en un cuadro de alternativas: ¿Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este o estos artículos? Los resultados obtenidos se resumen en la siguiente Tabla 12 y Grafico.

Rangos	Zapatos	Fajas	Carteras	Otros	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Menos de US\$20	86	166	157	69	478	54%
Entre US\$21 y US\$30	99	39	80	29	247	28%
Entre US\$31 y US\$40	27	12	26	9	74	8%
Entre US\$41 y US\$50	14	0	4	1	19	2%
Entre US\$51 y US\$60	7	0	9	3	19	2%
Más de US\$61	3	2	3	0	8	1%
No aplica				43	43	5%
Frecuencia Acumulativa	236	219	279	154	888	
Frecuencia Relativa acumulada						100%

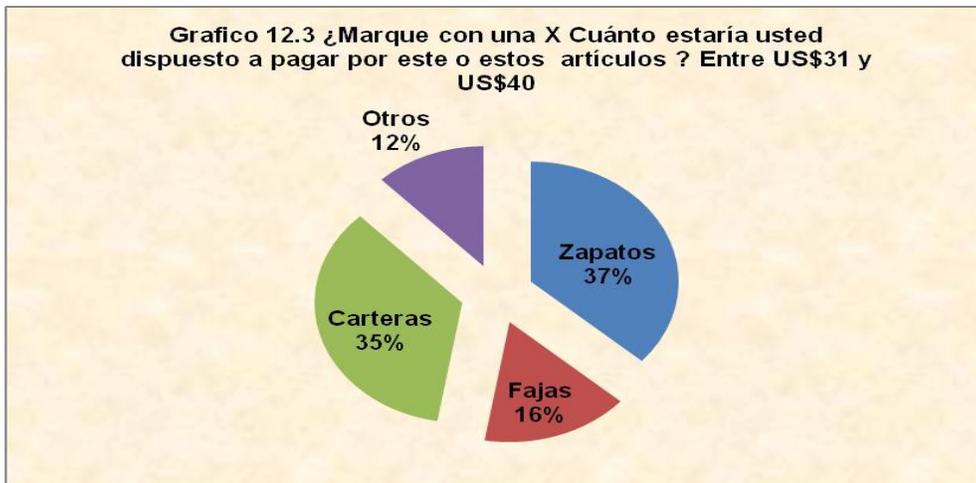
El 54% del encuestado estaría dispuesto a pagar menos de U\$ 20 dólares ya sea por zapatos, carteras, Fajas u otros, seguido el 28 % que estaría dispuesto a pagar entre U\$ 21 y U\$30 dólares, el 8% Entre US\$31 y US\$40 dólares, solamente el 1% estaría dispuesto a pagar mas de U\$ 61 dólares, el restante del 5 % no sabe.



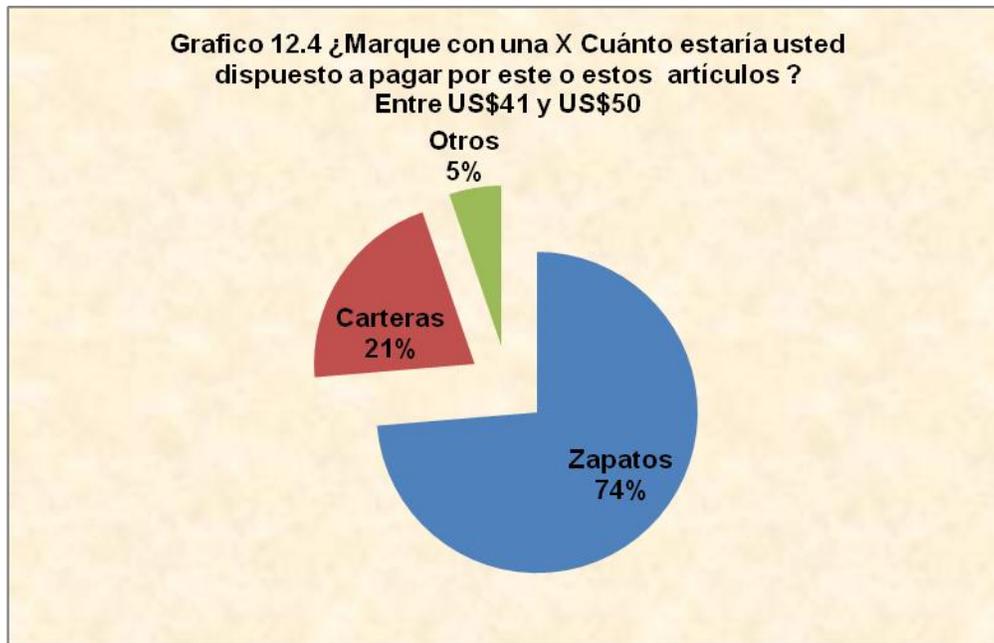
De los resultados obtenidos encontramos que de las 387 personas que estarían dispuestas a pagar menos de 20 dólares, estas lo harían preferentemente por un artículo en particular. Analizando el gráfico encontramos que pagarían como máximo esta cantidad, por fajas el 35% de los encuestados, carteras el 33%, zapatos el 18 % y 14 % por otros artículos no definido.



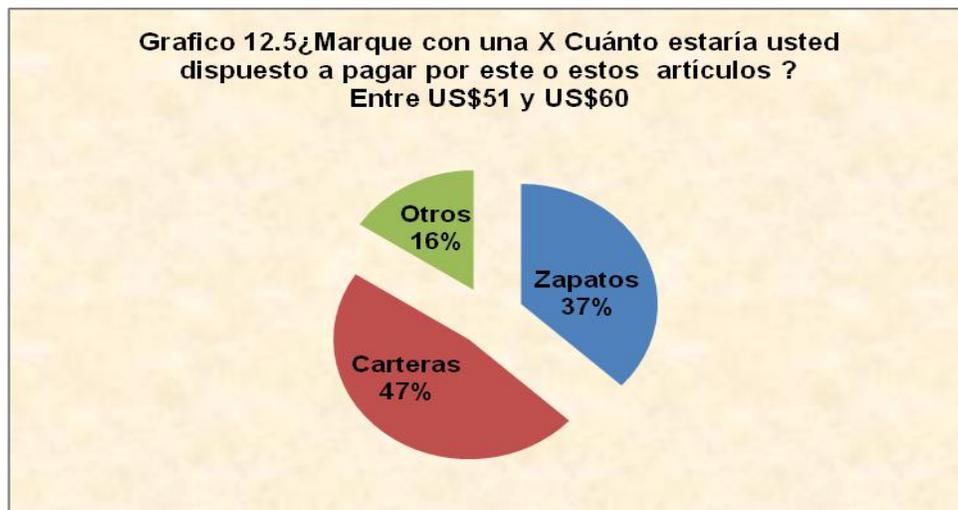
El siguiente cuadro muestra al igual que el anterior la relación entre los rangos de precios vs artículos. Esta vez muestra los resultados obtenidos cuando se da la alternativa: entre 21 a 30 dólares los Zapatos ocupan un primer lugar con un 40 %, seguido las carteras 32 %, en el tercer lugar Fajas 16 % y Otros con el 12 %.



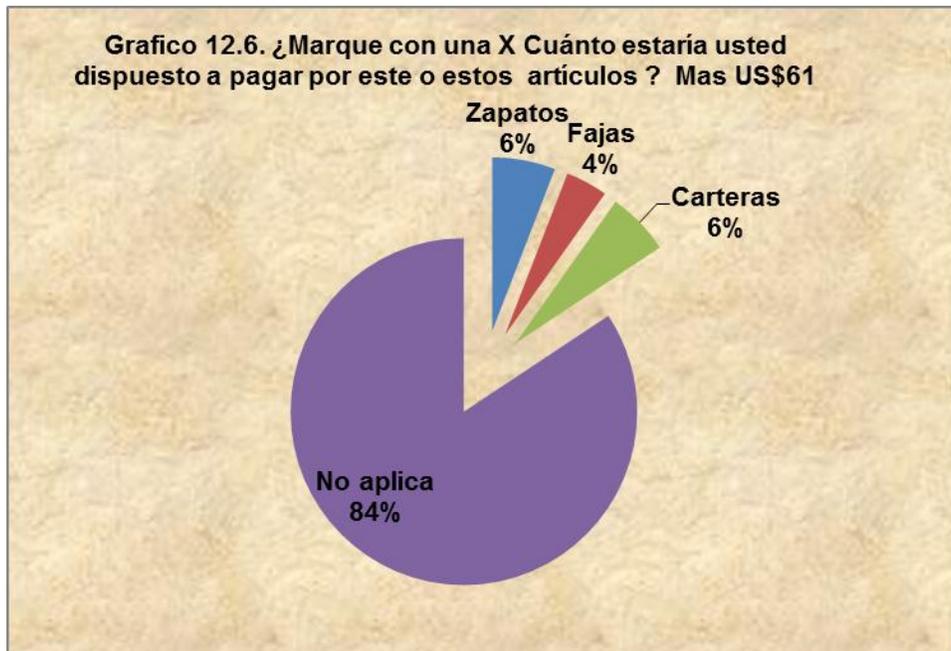
Para el rango de entre 31 a 40 dólares, los zapatos ocupan un primer lugar con un 37% , seguido las carteras con un 35 % , en el tercer lugar Otros con un 12 %.



Para el rango de entre 41 a 50 dolares, los zapatos ocupan un primer lugar con un 74% , seguido las carteras con un 21 % , en el tercer lugar Otros con un 5 %.



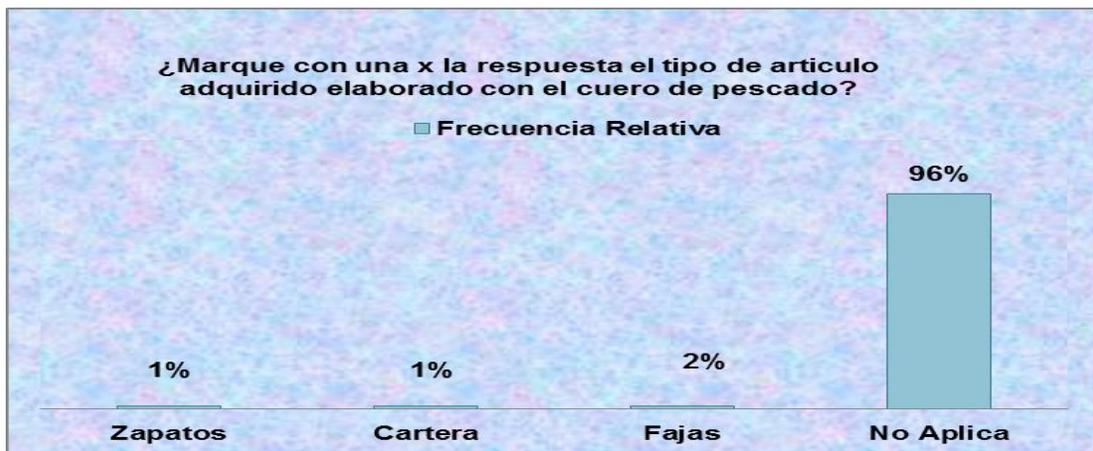
Para el rango de entre 51 a 60 dolares los carteras ocupan un primer lugar con un 47% , seguido los Zapatos con un 37% , en el tercer lugar, otros con un 16%.



Para el rango de mas de 61 dolares, no aplica 84% , seguido Zapatos y carteras 6% y en el tercer lugar fajas 4%.

Asumiendo de que existen persona en nuestro país que alguna vez han adquirido de alguna forma artículos elaborados con cuero de pescado,(a como efectivamente comprobamos en este estudio tablas 6 y 8), preguntamos al encuestado ¿Con que frecuencia compra artículos elaborados del cuero de pescado? A lo cual según las respuestas obtenidas resulto los siguientes que se resumen en la Tabla 13 y Grafico.

Frecuencia	Zapatos	Fajas	Carteras	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Semanal	1	1	1	3	1%
Cada 3 meses	1	1	1	3	1%
Mayor a un año	1	-	5	6	2%
otros			3	3	1%
No Aplica			374	374	97%
Frecuencia Acumulativa	3	2	384	386	
Frecuencia Relativa acumulada					100%



El 1% afirma comprar semanalmente al menos uno de los siguientes artículos Zapatos, carteras fajas, igualmente el 1% afirma que lo hace cada 3 meses y el 2% mayor a un año. El 1% (eventualmente). En el siguiente grafico podemos apreciar la frecuencia de compra durante el tiempo.

Al preguntar a nuestro encuestado ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar algún artículo elaborado con cuero de pescado? Las respuestas obtenidas las resumimos en la siguiente Tabla 14 y Grafico.

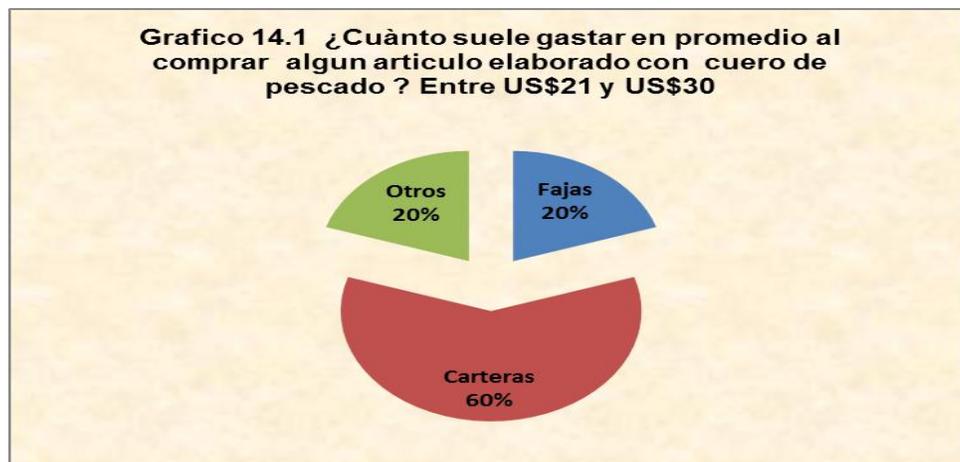
Rangos	Zapatos	Carteras	Otros	Frecuencia	Frecuencia relativa
Menos de US\$20	3	1	1	7	2%
Entre US\$21 y US\$30	0	3	1	5	1%
Entre US\$31 y US\$40	0	0	0	-	0%
Entre US\$41 y US\$50	0	1	1	3	1%
Entre US\$51 y US\$60	0	0	0	-	0%
Más de US\$61	1	0	2	3	1%
No aplica			376	376	95%
Total				394	100%

Donde podemos observar que el 2 % gasta menos de 20 dolares ,El 1% entre 21 y 30 dolares, nadie gasta en un rango entre 31 a 40 dolares y entre el 41 y 50 dolares, el 1% afirma adquirir algunos de estos articulos, asi mismo podemos observar que tampoco suelen gastar entre 51 y 60 dolares y el 1% gasta mas de 61 dólar , el restante de 95% no opina.

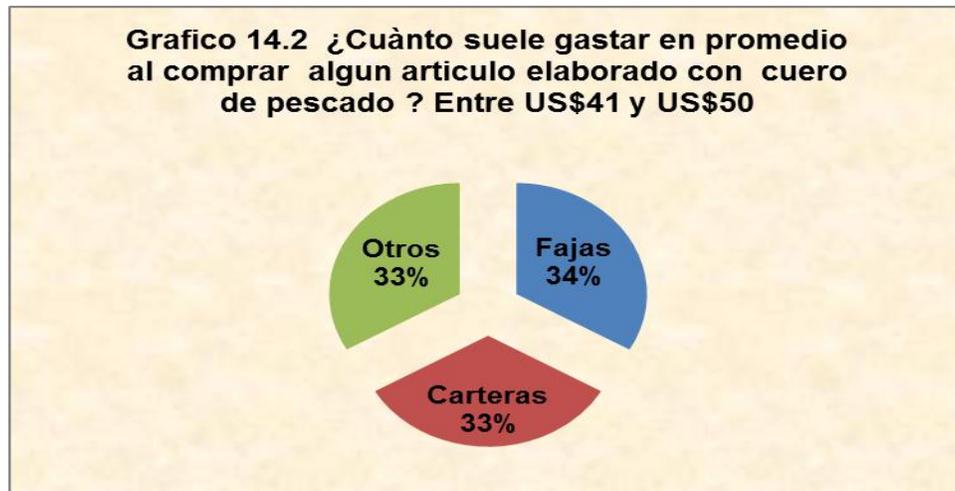


Al contrastar los rangos de precios vs artículos, en los que suelen gastar en promedio nuestro encuestado podemos observar gráficamente que el 43 % gasta en zapatos en un rango de menos de 20 dólares, el 29% fajas, el 14% carteras y el restante 14 % otros.

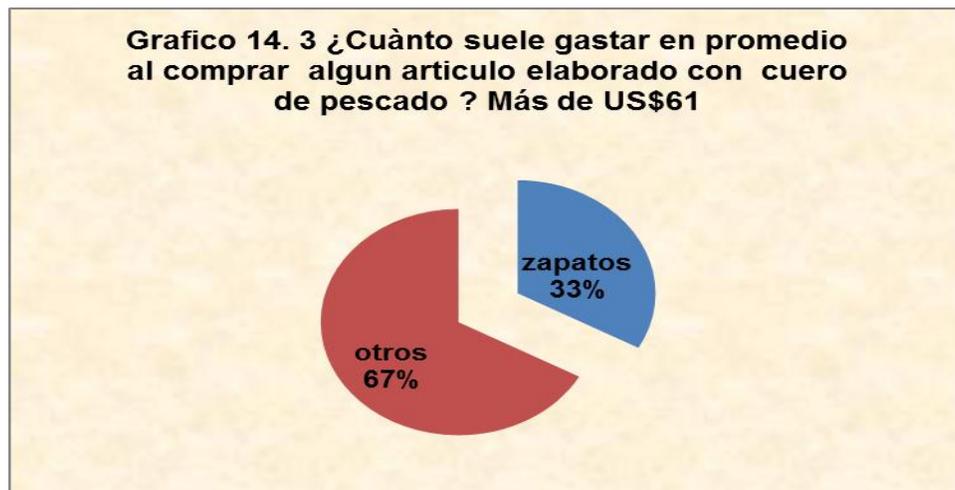
A continuación desglosamos los resultados para hacer un análisis gráfico entre los diferentes rangos que se preguntó al encuestado



Para el rango de entre 21 a 30 dolares, las carteras ocupan un primer lugar con un 60% , seguido las fajas con un 20 % , en el tercer lugar, Otros con un 20%.



Para el rango de entre 41 a 50 dolares, las carteras y otros ocupan un primer lugar con un 33% , seguido las fajas con un 34 %.



Para el rango de más 61 dolares, otros, ocupa un primer lugar con un 67%, seguido de los Zapatos con un 33 %.

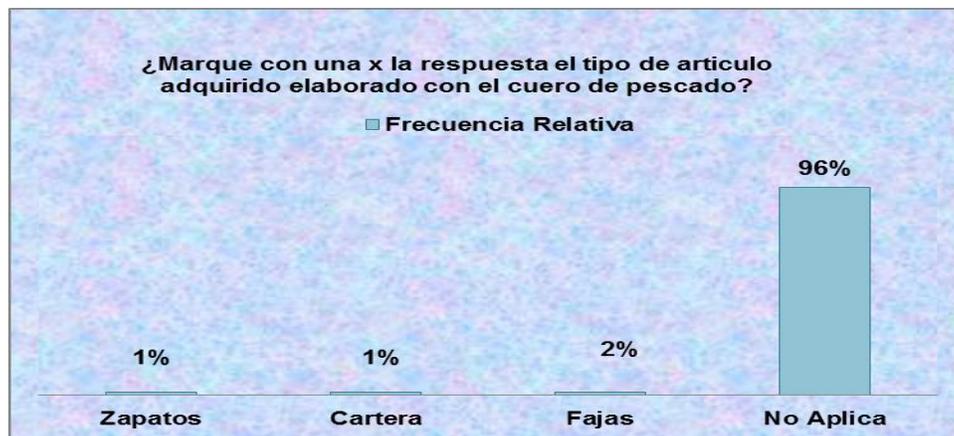


Para los encuestados que no aplican representa un 95%

Marque con una X. El tipo de artículo adquirido elaborado con el cuero de pescado
 Tabla 15 y Grafico.

Articulo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Zapatos	5	1%
Cartera	5	1%
Fajas	6	2%
No Aplica	376	96%
Frecuencia Acumulativa	392	
Frecuencia Relativa acumulada		100%

Al preguntar que articulo elaborado con cuero de pescado ha adquirido nuestro encuestado, resultado tal y como se muestra en la tabla que el 1% ha adquirido zapatos, igualmente el 1% cartera y el 2% Fajas



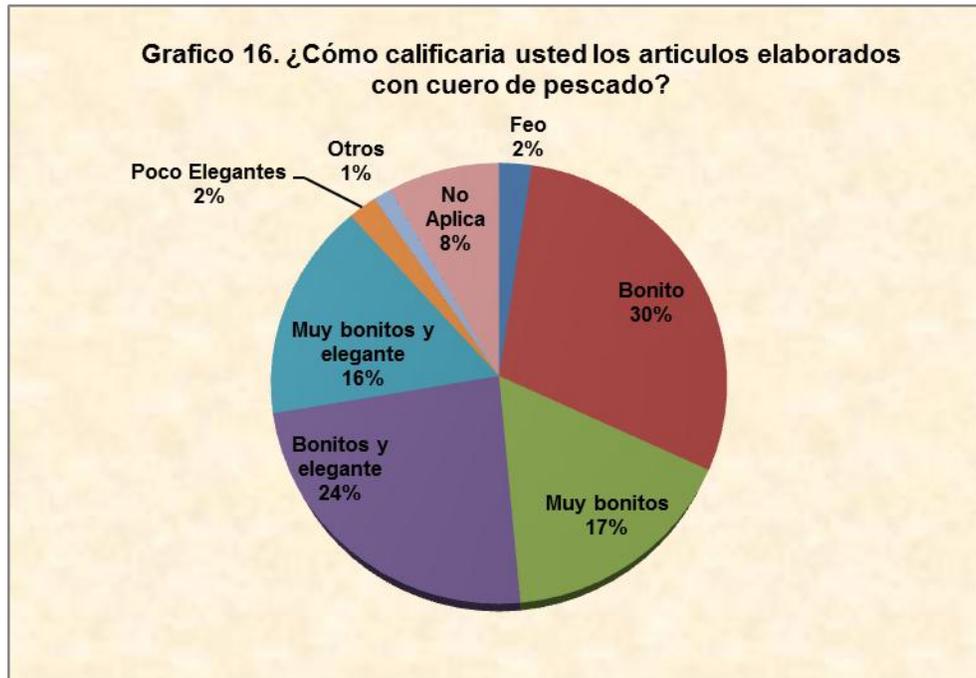
En el grafico podemos observar que el 96% de los encuestados no ha adquirido este tipo de artículos de cuero de pescado.

Una vez mostrado a los encuestados los artículos que se diseñaron y elaboraron con cuero de tilapia (Cartera, Billetera) se procedió a efectuar la siguiente pregunta ¿Cómo calificaría usted los artículos elaborados con cuero de pescado? Para obtener las respuestas se les mostro una serie de alternativa con los calificativos mas comunes para una prenda.

A continuacion se resumen los resultados Tabla 16

Califica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Feo	9	2%
Bonito	112	30%
Muy bonitos	63	17%
Bonitos y elegante	90	24%
Muy bonitos y elegante	61	16%
Poco Elegantes	8	2%
Otros	5	1%
No Aplica	31	8%
Frecuencia Acumulativa	379	
Frecuencia Relativa acumulada		100%

Al analizar la tabla podemos observar que el 30% del encuestado considera estos artículos bonitos, el 24% bonitos y elegantes, el 17% muy bonitos y solamente el 2% consideran que son feos. El 8% no opina.

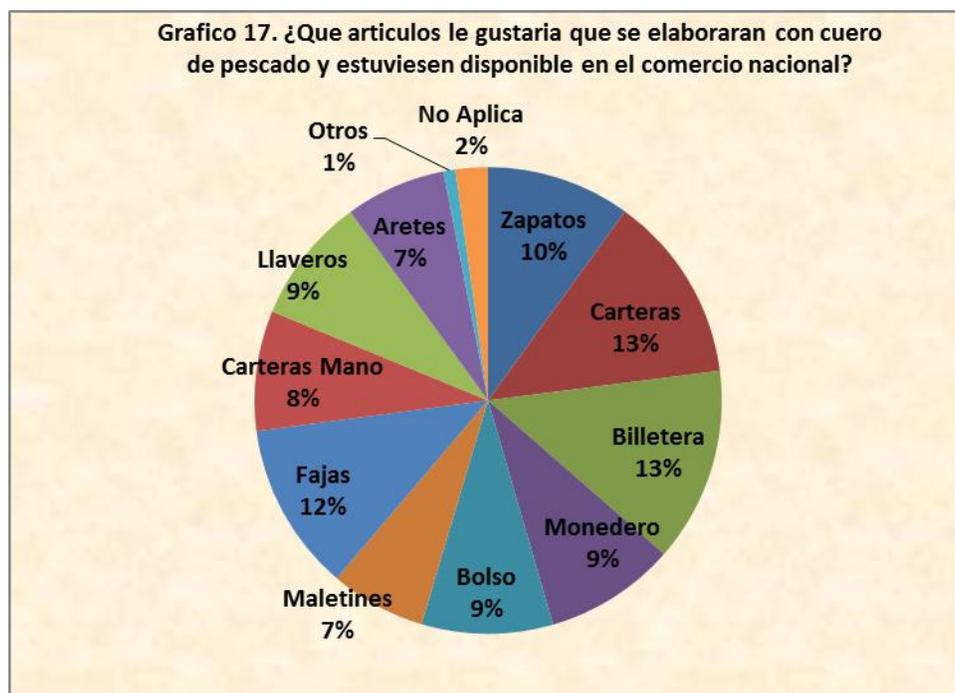


En el grafico se puede ver el grado de opinion expresado por los encuestados .

Ya que es de nuestro interés conocer también otros artículos además de los seleccionados para este estudio que podrían tener buena aceptación en el mercado nacional procedimos a preguntar a nuestros encuestados lo siguientes ¿Que artículos le gustaría que se elaboraran con cuero de pescado y que estuviesen disponibles en el comercio nacional? Para tal efecto se sugirieron algunos artículos y se dejó abierta la posibilidad de que el encuestado sugiriera otros, no mencionados en este estudio, los resultados se resumen en la siguiente Tabla No. 17 y Grafico.

Artículos sugerido por este estudio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Zapatos	169	10%
Carteras	220	13%
Billetera	228	13%
Monedero	154	9%
Bolso	154	9%
Maletines	112	7%
Fajas	198	12%
Carteras Mano	141	8%
Llaveros /Sugerido por encuestado	148	9%
Aretes/ Sugerido por encuestado	118	7%
Otros / Sugerido por encuestado	14	1%
No Aplica	38	2%
Frecuencia Acumulativa	1702	
Frecuencia Relativa acumulada		100%

Analizando la respuesta se tiene que el 13%, carteras billeteras el 12 % Fajas el 10 % zapatos el 9% monedero, bolso, llaveros el 8% cartera de mano, el 7% maletines y aretes, el 2% no opino y el 1%, sugiere otro artículos tales como: aplicaciones de cuadro, forro de agenda, tapizado de muebles, cigarrera. Es importante destacar que los llaveros y aretes representan el 9 y 7% respectivamente de los artículos que a los clientes les gustaría que estuvieran disponibles en el comercio.



En la grafica podemos tener un mejor panorama de estos resultados.

Información obtenida de fuentes primarias y secundarias utilizando el método de entrevista

Se seleccionaron como fuente secundaria para obtener información relacionada con el presente trabajo instituciones tales como: INPESCA, INDEX, BANCO CENTRAL. Así mismo se revisó la documentación disponible para llevar efecto este estudio.

Se utilizó las técnicas de entrevista con los comerciantes considerando que representa gran importancia de comercialización, ya que podemos considerarlo como un potencial cliente que adquiriría este tipo de producto al mayoreo.

De la entrevista realizada a funcionarios del Inpesca obtuvimos valiosa información ya que pudimos darnos cuenta de que la piel de pescado nunca ha sido considerada a estos niveles gubernamentales como materia prima para algún aprovechamiento de ella, por el contrario se mostraron sorprendidos e interesados, ya que no tenía conocimiento alguno de que de estos desechos pudieran obtenerse cueros de excelente calidad y belleza, sin embargo mostraron mucho interés y están a la espera de los resultados de este estudio para ver en que medida pueden involucrarse y apoyar esta iniciativa.

Por otro lado el Ministerio de Fomento Industria y Comercio, manifestó que tenían total desconocimiento acerca del proceso de esta piel para obtener el cuero y también mostraron gran interés de impulsar esta idea a nivel gubernamental, ya que la información que ellos manejan acerca del sector tenero, es que en la actualidad atraviesan por una grave crisis por falta de materia prima y esta puede ser una buena oportunidad para aliviar en algún grado parte de esta crisis.

Además estas instituciones nos enviaron información vía electrónicas tales como: Anuario, Manuales y listados de tenerías, Legislación relacionada entre los mas importantes de la cual se extrajo mucha información que nos permitieron visualizar de manera mas amplia el panorama de la situación actual del sector cuero y artesanal. Logramos ver una oportunidad para introducir al mercado artículos elaborados con cuero de pescado.

También se visitaron institucionales, bibliotecas de universidades públicas y privadas y bibliotecas virtuales disponibles en internet para indagar y obtener información valiosa para este trabajo.

A como se menciona en el diseño metodológico se pudo obtener atreves del INDEX la información acerca de los datos de población de los diferentes departamentos seleccionados para este estudio y así poder determinar el tamaño de nuestra muestra.

De lo anterior se logro determinar que no existe conocimiento alguno acerca de que alguien se este dedicando a producir artículos a partir de este cuero o que lo este importando ya sea como materia prima o como producto terminado.

Otras fuentes consultadas fueron asociaciones de marroquinos y pequeños curtidores interdependientes asentados a orillas del lago Xolotlán, de donde se logro recabar mucha información dispersa acerca de este tema.

Entre los entrevistados están los señores Presidente y vicepresidente Feliz Blandón de la asociación de marroquineros quienes manifestaron que efectivamente en alguna ocasión intentaron incursionar en esta actividad. Nos informaron que curtieron piel de tilapia, y elaboraron con esta artesanía tales como, carteras las cuales comercializaban de manera independiente principalmente en el extranjero. Específicamente en el Salvador donde tuvieron un relativo éxito pero por falta de financiamiento que les permitiera mejorar la calidad del producto elaborado se retiraron de esta iniciativa.

Manifestaron su interés en el presente estudio y brindaron su colaboración para elaborar algunas muestras de estos artículos para poderlos mostrar a la población encuestada para fines de desarrollar este trabajo.

La Asociación esta ubicada en la ciudad de Granada y nos informaron que esta es la única a nivel nacional aglomerando un total de 25 socios. Cabe señalar que estos artesanos se dedican principalmente a curtir pieles exóticas tales como: Lagarto, Guajipal, Serpientes, sapos y otras especies, tenemos entendido que antes de culminar este trabajo ya están experimentando con la piel de pescado.

Los marroquineros independiente del sector Lago Xolotlán también han tenido alguna experiencia en la curtición de estas pieles, pero ya que la actividad de ellos únicamente se limitaba a curtir pieles que les llevaban algunas personas sin darle mayor información para el uso que posteriormente le darían, éstos no tienen mayor idea acerca de la comercialización que una vez pudieron haber tenido los cueros obtenidos y donde eran comercializados, ya sea en el mercado interno o en un mercado extranjero.

Al preguntarles el porque dejaron de curtir esta pieles la información que obtuvimos fue que de manera inesperada dejaron de solicitarle estos servicios. Al igual que los artesanos y marroquineros de granada estos marroquineros independientes manifestaron su interés en incursionar en esta actividad con pieles de pescado para obtener el cuero.

También estos pequeños artesanos apoyaron el presente estudio y curtieron más de 30 pieles de tiburón y 12 de pieles de pez hojas demostrando así su conocimiento y destreza en el trabajo con este tipo de materia prima.

En el departamento de Masaya logramos contactarnos con unas personas que en algún momento de los años 80 y 90 tuvieron una pequeña empresa familiar dedicada a elaborar artículos a partir del cuero de pescado. Sin embargo logramos obtener información de que esta actividad la desarrollaron la mayor parte del tiempo en el país vecino de costa rica. Durante la entrevista nos expresaron su satisfacción y el gran éxito que tuvieron con su pequeño negocio y nos mostraron muchos de los artículos que aun conservan como muestra de un negocio exitoso el cual tuvieron que dejar por haberse trasladado a vivir a los estados unidos. Hoy día viven en nuestro país en la ciudad de Masaya, y a pesar de su avanzada edad están dispuesto a trabajar y a colaborar con todo el conocimiento que adquirieron durante la administración del negocio que poseían dedicado en gran parte a elaborar artículos con cuero de pescado.

Debido a que la distancia y la disponibilidad de tiempo de la mayoría de los pequeños artesanos ubicados en otros departamentos del país tales como León y otros, nos limito realizar la entrevista de manera personal, esta la hicimos de manera telefónica. Pese a esto logramos obtener idénticas respuestas por parte de las tenerías y pequeños artesanos.

Mostraron especial interés tenería tales como la batan quienes expresaron estar a la completa disposición para efectuar los ensayos pertinentes y obtener el cuero a partir de las diferentes pieles de pescado (fuentes).

Fuentes de materia Prima

La materia prima para obtener el cuero de pescado es a partir de la propia piel la cual según nuestra investigación es abundante, producto de la producción pesquera y el comercio de los peces en forma de chuleta. La producción pesquera en Nicaragua según anexo A3 anda alrededor de 3,526.41 Toneladas métricas, de las cuales se transforma en chuleta cantidad.

Este tipo de industria maquiladora, donde se obtiene la carne en forma de chuleta produce anualmente cantidad de pieles de las cuales se pierden el 200 libras y un 10%, ya que una parte de ella se usa para producir harina y otros productos.

Generalmente la chuleta de pescado en los mercados populares del país, son obtenidas insitu, y las pieles son prácticamente abandonadas, de tal suerte que algunas personas puedan llevárselas de manera gratuita para darles cualquier tipo de uso. Una buena parte de estas pieles muchas veces terminan en los basureros provocando focos de infección y daños al medio ambiente, por lo que esta iniciativa de curtirlas y utilizarlas para elaborar artículos tales como carteras, fajas, etc., contribuiría de una manera valiosa e invaluable a la protección del medio ambiente. Así mismo crearía fuente de empleo en la cadena tanto en el sector industrial, artesanal y comercial.

Análisis de resultados sector “comerciantes y tiendas de artesanía”

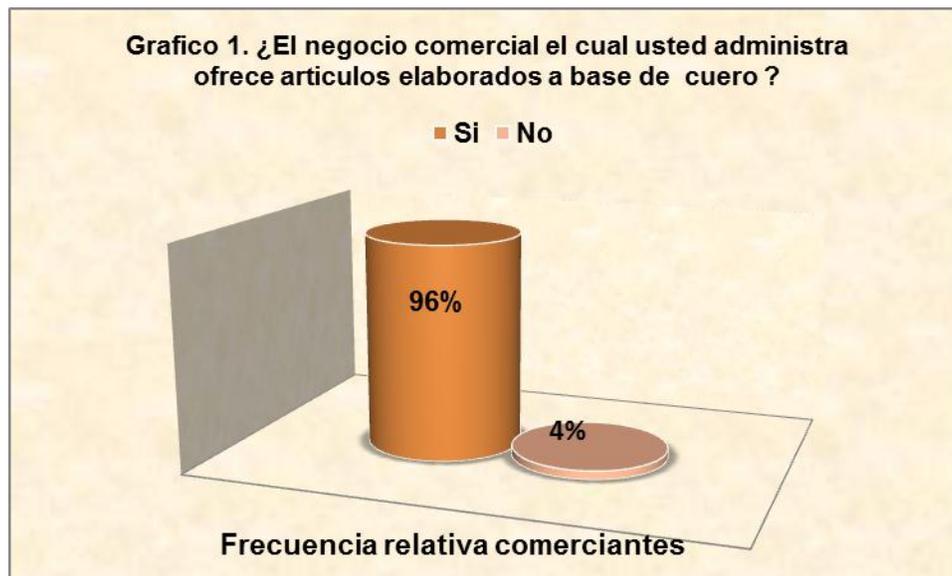
Con el propósito de obtener información para el estudio de mercado de la aceptación que tendrían los artículos elaborados del cuero de pescado en mercados y tiendas de artesanías.

Con el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a comerciantes y dueño de negocio, pretendemos obtener diversos parámetros de preferencias del comerciante y sobretodo la aceptación del producto a ofertar, para así determinar en cierta medida la posibilidad de introducir este producto en el mercado Nacional e Internacional.

Determinar en el estudio de mercado los segmentos de mercado conformado por (Empresarios o comerciantes), que aceptan la comercialización de los artículos elaborados con el cuero de pescado.

Al preguntar al comerciante si ¿El negocio comercial el cual usted administra ofrece artículos elaborados a base de cuero? Tabla 1 y Grafico.

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	50	96%
No	2	4%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



De los 52 comerciantes encuestados un 96% de las tiendas ofrecen artículos de cuero natural y el 4 % ofrecen artículos de cuero Sintético.

Cuando le preguntamos a los comerciantes ¿Los artículos de cuero que ofrece su negocio corresponden a:Tabla 2 y Grafico.

Artículos	Frecuencia	Frecuencia relativa
Zapatos Damas	21	16%
Zapatos Caballeros	24	18%
Zapatos damas y Caballero	22	16%
Zapatos Niñas y niños	23	17%
Cartera	33	25%
Carteras y fajas	11	8%
Frecuencia Acumulativa	134	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En los datos obtenidos se analiza los artículos que más distribuyen los comerciantes correspondiendo: un 25 % a Carteras, 18 % Zapatos de caballero, 17 % Zapatos para Niñas/ niños, 16 % Zapatos Dama / Caballero, 16 % Zapatos

Dama ,8 % Cartera y fajas . Cabe mencionar que algunos comerciantes no tenían la exclusividad de algunos productos, mas bien tiene una diversificación de los artículos antes mencionados por tal forma su selección fue múltiple.

Al solicitarle la información siguiente a los comerciante ¿Que cantidad de clientes visitan en promedio por día su establecimiento? Tabla 3 y Grafico.

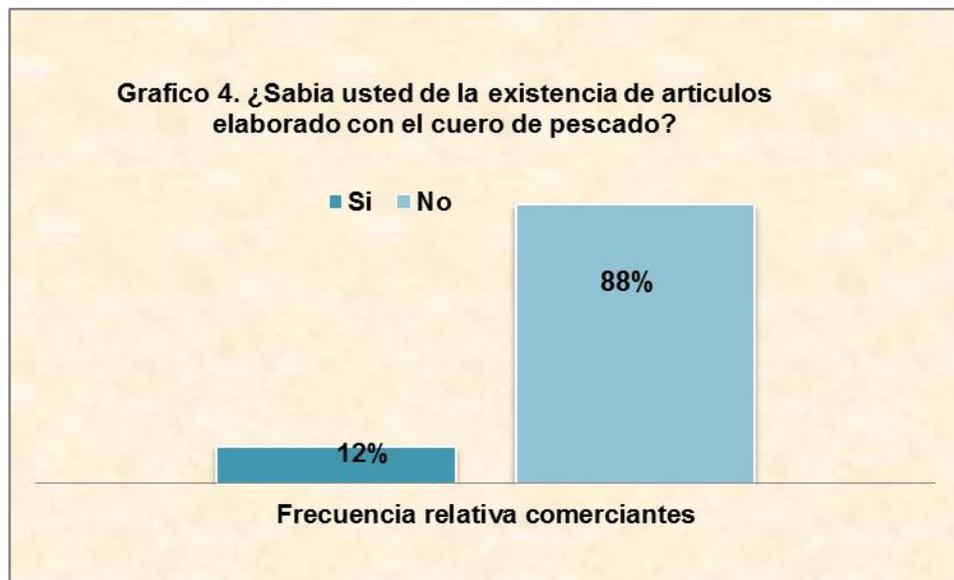
Ciente	Frecuencia	Frecuencia relativa
50ª 100	48	92%
100 a 200	4	8%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En la tabla se demuestra los datos obtenidos de los 52 comerciantes quienes respondieron en un 92% que dentro del rango de 50 a 100 personas visitan estos negocios, y un 8% responden que son visitados en el rango de 100 a 200 personas diariamente.

Al preguntar al comerciante ¿Sabía usted de la existencia de artículos elaborado con el cuero de pescado? Tabla 4 y Grafico.

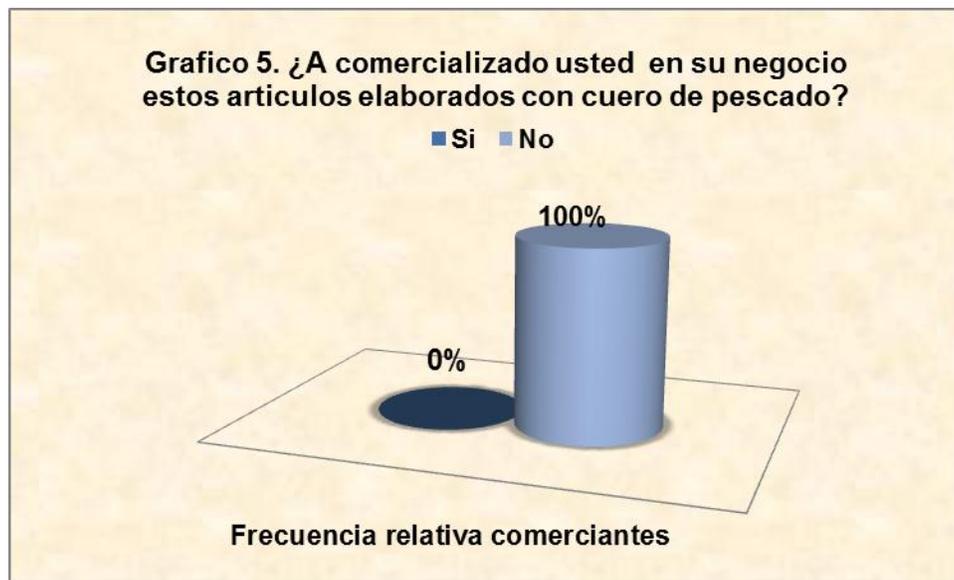
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	6	12%
No	46	88%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Se muestra en la tabla que un 12 % si tienen conocimiento de artículos de cuero de pescado y el 88 % Desconocen su existencia dentro del sector .

Al preguntarle al comerciante ¿Ha comercializado usted en su negocio estos artículos elaborados con cuero de pescado? Tabla 5 y Grafico.

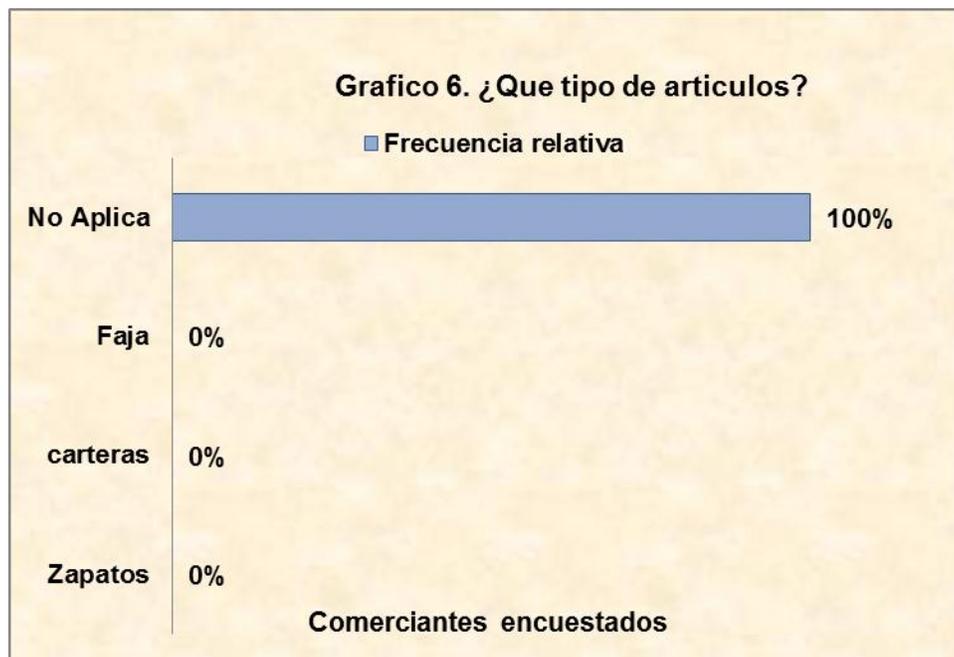
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	0	0%
No	52	100%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En la tabla y grafico se demuestra que el : 100 % de los comerciante consultados, no ha comercializado estos articulos elaborados con cuero de pescado.

Cuando le preguntamos a los Comerciantes que respondieron en la pregunta anterior afirmativamente ¿Que tipo de artículos? Tabla 6 y Grafico.

Artículos	Frecuencia	Frecuencia relativa
Zapatos	0	0%
Carteras	0	0%
Faja	0	0%
No Aplica	52	100%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En la tabla y grafico se confirma que el 100% no ha comercializado estos artículos.

Al solicitar la información a los comerciantes conforme a la expresión siguiente:
 Marque con una X el tipo de clientes que visitan su tienda .Tabla 7 y Grafico.

Visitantes/ Compradores	Frecuencia	Frecuencia relativa
Nacionales	3	6%
Extranjeros	7	13%
Mas nacionales que extranjeros	7	13%
Mas extranjeros que nacionales	13	25%
Igual cantidad de extranjeros y nacionales	22	42%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Los resultados obtenidos en donde se quiere saber quienes son los que habitualmente visitan mas estos tipos de negocios, se logro obtener que un 42% de los comerciantes confirma que son visitados de igual manera por extranjeros y nacionales y un 25% opino Mas extranjeros que nacionales, el 13 % Mas nacionales que extranjeros, el 13 % Más Extranjeros y el 6% nacionales.

Al preguntar al comerciante si Algún clientes a preguntado si en su tienda existen articulos tales como : Zapatos, carteras , fajas u otros elaborados con cuero de pescado y que los tenga a la venta al publico? Tabla 8 y Grafico.

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	0	0%
No	52	100%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



Como resultante de la pregunta anterior el 100 % de los clientes no han preguntados por la existencia de estos articulos.

Con el objetivo de darle continuidad a la pregunta anterior si la respuesta era afirmativa se planteo lo siguiente ¿Si su respuesta es Si Con que frecuencia visita su tienda estos tipos de clientes? Tabla 9 y Grafico.

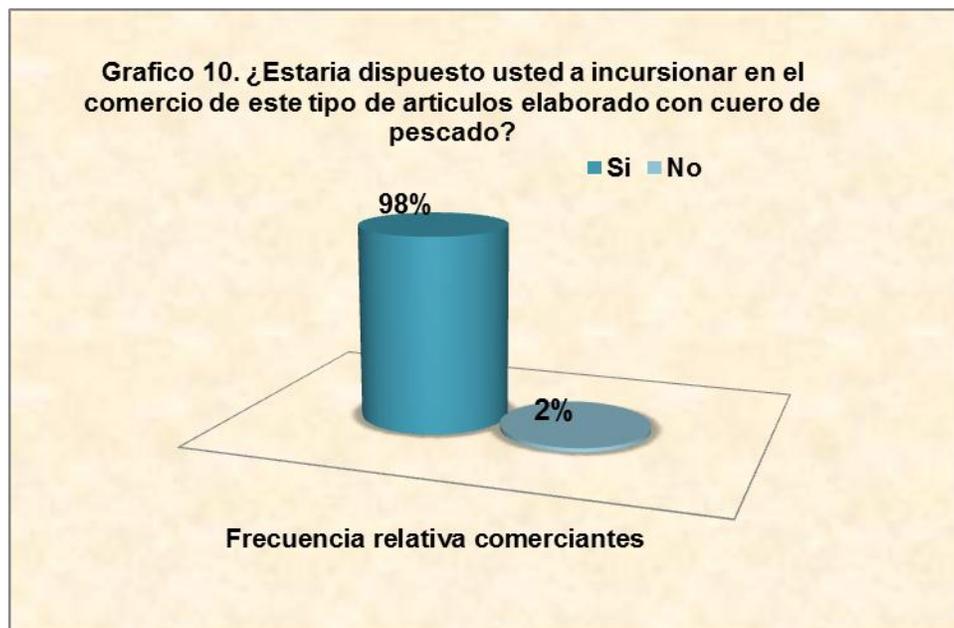
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Todos los días	0	0
Semanal	0	0
Quincenal	0	0
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	0	0
Anual	0	0
No Aplica	52	
Frecuencia Acumulativa		
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En esta tabla y grafico se confirma que las respuestas obtenidas por los comerciantes es que no existe frecuencia de visita por parte de los clientes representando un 100% y tiene relación a la representatividad porcentual de la pregunta anterior.

La siguiente interrogante pretende dar a conocer la opinión de los comerciantes respecto a lo siguiente: ¿Estaría dispuesto usted a incursionar en el comercio de este tipo de artículos elaborado con cuero de pescado? Tabla 10 y Grafico.

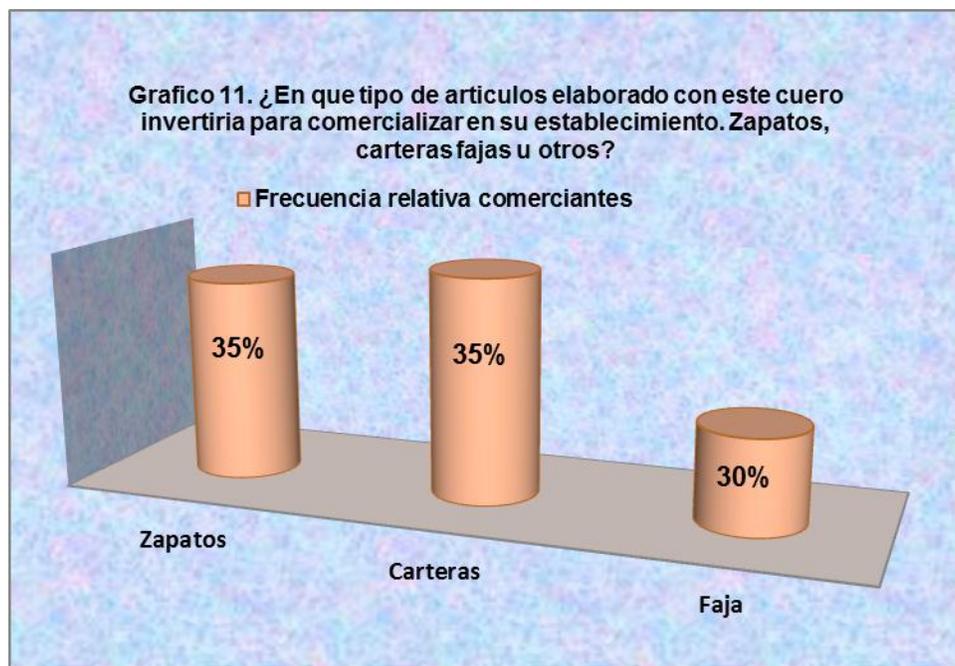
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	51	98%
No	1	2%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En esta tabla y grafico se refleja que una gran mayoría de los comerciantes estarían dispuestos a incursionar en el comercio de estos artículos elaborados con cuero de pescado, los cuales representan un 98% y únicamente un 2% del mismo gremio, no tiene interés.

En la siguiente preguntas realizadas a los comerciantes ¿En que tipo de articulos elaborados con este cuero, invertiria para comercializar en su establecimiento. Zapatos, carteras fajas u otros? Tabla 11 y Grafico.

Artículos	Frecuencia	Frecuencia relativa
Zapatos	38	35%
Carteras	39	35%
Fajas	33	30%
Frecuencia Acumulativa	110	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En tabla y grafico se muestra que los comerciantes estarian dispuesto en invertir en articulos como zapatos y carteras representando un 35% seguidamente faja con un 30% .

Como un dato importante para posteriores estudios se le solicito al encuestado: Marque con una X ¿cuanto estaria usted dispuestó a pagar por los articulos elaborados con cuero de pescado que pondria a la venta en su tienda, zapatos, Carteras , Fajas u Otros?. Tabla 12 y Grafico.

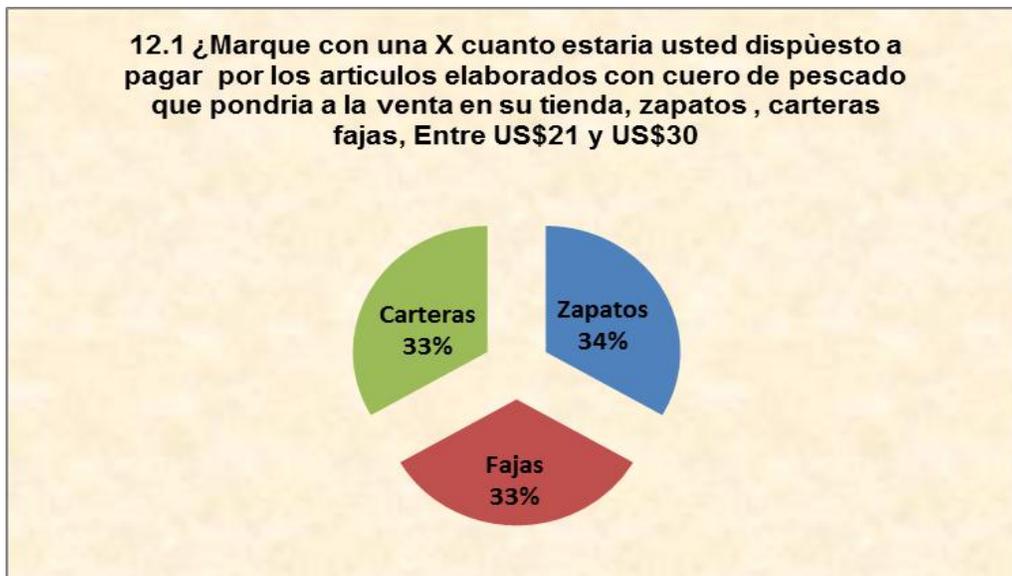
Rango	Zapatos	Fajas	Carteras	Frecuencia	Frecuencia relativa
Menos de US\$20	20	20	34	74	88%
Entre US\$21 y US\$30	2	2	2	6	7%
No Aplica	0	0	0	4	5%
Frecuencia Acumulativa				84	
Frecuencia Relativa acumulada					100%

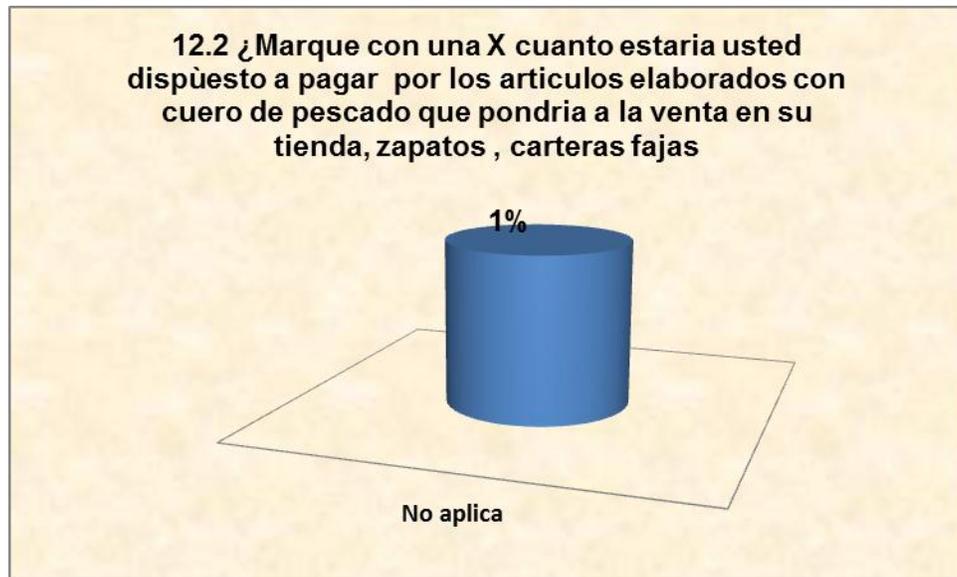
De los resultados obtenidos a partir de los 52 comerciantes encuestados, se deriva que quienes estarían dispuestos a pagar menos de 20 dólares por los artículos , Zapatos, carteras, Fajas u otros, representan un 88 % Seguidos con un 7% los rangos entre 21 y 30 dólares y en No aplica el 5%.



Del presente grafico se puede determinar que en el rango precio menor de 20 dolares se ubican que las carteras alcanza un 46% de representatividad , Fajas y Zapatos con un 27%.

En el grafico (grafico 12.1), se puede ver, cuanto los comerciantes estarian dispuesto a pagar por los articulos en los rango de entre 21 a 30 dolares, existiendo según se observa, un empate entre los articulos cartera y fajas con un 33% . para zapatos un 34%.

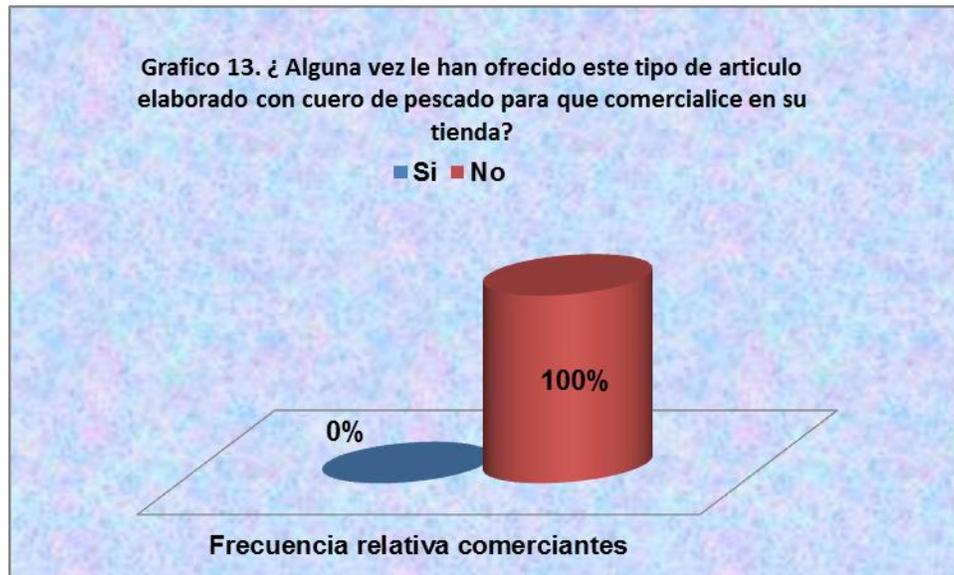




En el grafico (grafico 12.2), según se observa, que el 1% No aplica (personas que no tienen decision en el momento).

Se preguntó a los comerciantes si alguna vez le han ofrecido este tipo de artículos elaborados con cuero de pescado para que lo comercialice en su tienda, a lo cual se obtuvieron las siguientes respuestas resumidas en la Tabla 13 y Grafico.

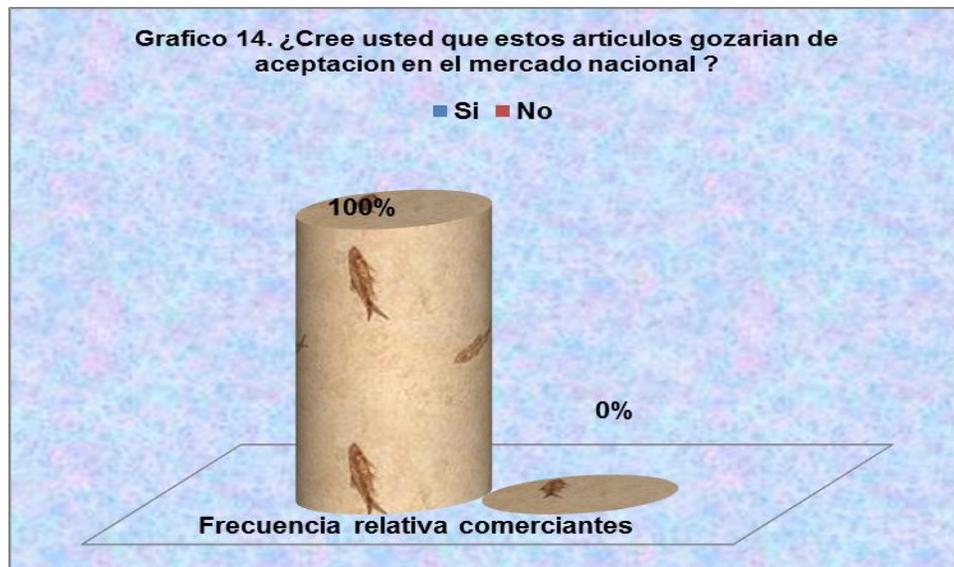
Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	0	0%
No	52	100%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



En el grafico podemos observar que los 52 comerciantes respondieron en un 100%, que nunca les han ofrecido estos artículos.

Finalmente al preguntarle al comerciante ¿Cree usted que estos artículos gozarían de aceptación en el mercado nacional? Tabla 14 y grafica.

Encuestados / Clientes	Frecuencia	Frecuencia relativa
Si	52	100%
No	0	0%
Frecuencia Acumulativa	52	
Frecuencia Relativa acumulada		100%



El grafico nos indica que el 100% de los comerciantes opinan que estos artículos elaborados con el cuero de pescado, tendrían muy buena aceptación en el mercado nacional.

IX. CONCLUSIONES

Como conclusiones a las que se ha llegado en el presente estudio de mercado después de haber procesado la información obtenida tanto, de las encuestas a clientes y comerciantes, entrevistas, a artesanos ,asociaciones de marroquinos , teneros, e investigación en las diferentes instituciones del estado, biblioteca, informes, información en internet y otros , tenemos las siguientes :

1. Existe un gran desconocimiento de la existencia del cuero obtenido a partir de la piel de pescado, lo que lleva a que se ignore que se pueden elaborar artículos a partir de este cuero.
2. Existe un mercado potencial para artículos elaborados a partir del cuero de pescado, ya que se encontró que el (89%) de estos potenciales clientes, estaría dispuesto a adquirir estos artículos.
3. Los comerciantes dedicados tradicionalmente a vender artículos similares, elaborados con otros tipos de cueros, están dispuestos a invertir para incursionar en la comercialización de estos artículos elaborado con cuero de pescado, ya que el (98%) respondieron favorablemente al preguntarle sobre el tema.
4. Los precios que los clientes estarían dispuesto a pagar por los diferentes artículos elaborados con cuero de pescado, oscila entre los precios menores a treinta dólares.

5. Los artículos de mayor demanda, serian, según la información obtenida por parte de potenciales clientes y comerciantes interesados en la invertir en esta nueva línea.
 - ✚ Billetera,
 - ✚ Carteras
 - ✚ Fajas

6. Existe un mercado oculto que no estaba contemplado en nuestras consultas y se convirtió en un hallazgo expresado por los potenciales clientes para artículos elaborados con este cuero tales como: forro de agenda, tapizado de muebles, cigarrera, etc.

7. Existe capacidad por parte de los teneros y marroquineros de nuestro país para curtir la piel de pescado de diferentes especiales.

8. Los mercados con mayor potencial para la venta de estos artículos son los ubicados en las regiones encuestadas una por contener la mayor concentración de población y otras , las tradicionalmente visitadas tanto por nacionales como extranjeros por poseer mercados de artesanías y edificios coloniales que son un atractivo turístico (Managua, León, Granada, Masaya)

9. Existe un mercado internacional para los artículos a partir del cuero de pescado.

10. Es notorio que existe una demanda insatisfecha actualmente, debido a la falta de conocimiento del procesamiento, elaboración y comercialización de artículos con cuero de pescado.

11. Luego de haber realizado el estudio de nuestro mercado meta, logramos ver y descubrir que existe un gran segmento que esta dispuesto adquirir artículos de cuero de pescado con un potencial de demanda creciente, quienes representan de esta manera una oportunidad para hacer negocios con este rubro.

12. Se pudo verificar que las instituciones visitadas para recabar información y realizar los análisis que permitan la comprobación de la hipótesis de nuestro estudio de mercado (Que existe un potencial mercado para productos elaborados a partir del cuero de pescado, el cual no ha sido explotado por desconocimiento acerca de la existencia de este tipo de cuero) , no existe la suficiente información de que en nuestro país , se este procesando y elaborando algún tipo de artículos de cuero de pescado .

13. Realizando la segunda etapa teniendo una relación mas directa con las personas se procede a realizar encuestas que nos confirman que la población tiene un total desconocimiento de la existencia y utilización de dicho cuero. Esta información se presento en detalle en las páginas anteriores con sus respectivas tablas y gráficos.

14. Se determina que el sector tenero en el sentido del tratamiento de estas pieles ha sido un sector marginado, abandonado ya que en su mayoría los entrevistados expresaron que al querer iniciar con este tipo de proyecto no se les brindo un apoyo sostenible por parte de las instituciones tanto en recursos económicos y en pieles. Estos dejaron de trabajar con estos tipos de pieles hace 15 años.

15. Se puede concluir que los encuestados del segmento clientes y comerciante, no tenían conocimiento de estos artículos, por lo cual determinamos que hay un potencial de personas, que adquirirían estos artículos de cuero de pescado, como quedo expresados en la tablas y gráficos correspondientes.
16. Basados en la experiencia y conocimiento del mercado por parte de los comerciantes estos resultados pueden considerarse al iniciar algun plan productivo con los articulos de cuero de pescado y que pueden representar un potencial atractivo, en los mercados con mayor afluencia de extranjeros, que andan en busca de algo novedoso con este tipo de pieles que son catalogadas como exóticas.

X. RECOMENDACIONES

Por lo observado en nuestro estudio realizado en diferentes segmentos del mercado se recomienda:

Dar continuidad a las siguientes etapas (Estudio de Perfectibilidad), a fin de lograr consolidar un proyecto tendiente, a introducir de manera efectiva al mercado los artículos elaborados con cuero de pescado, principalmente los determinados en este estudio.

Someter este proyecto bien elaborado y fundamentado, a las diferentes instituciones financieras pertinentes de nuestro país, y otros organismos nacionales e internacionales a fin de conseguir financiamiento para su desarrollo.

Darle seguimiento a las tenerías, en el sentido de brindarles la asistencia técnica necesaria, a fin de mejorar los procesos de curtición, aprovechando que existe gran capacidad en nuestro país en el desarrollo de estos temas. Tal es el caso de la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad Nacional de Ingeniería de Nicaragua.

Apoyar al sector tenero ante las diferentes instituciones financieras, en la gestión de recursos económicos, que les permitan adquirir las herramientas necesarias para mantener en forma dinámica y estable estos procesos.

Lograr una coordinación entre teneros, comerciantes INPIME e INTUR para conocer el calendario de visitas de los turistas extranjeros, en los diferentes puntos de entrada del país, y promover a través de ellos la participación de estos sectores con sus artículos elaborados en ferias nacionales e internacionales.

Establecer centros de acopio en los lugares donde son desechada las pieles de pescado, con el fin de tener un banco de pieles de pescado que supla la demanda del sector tenero y este a su vez pueda ofrecer los cueros requeridos para la elaboración de artículos con este tipo de material.

Una vez que se establezca una producción y comercialización sostenible, darle mayor publicidad en el sentido de su utilidad y el aprovechamiento del cuero y los artículos que se deriven de este.

IX. BIBLIOGRAFIA

Libros:

1. Philip Kotler y Gary Armstrong. La edición del milenio" Ed. Prentice Hall, México., 2001. Capitulo 2 Planeación de estrategia y el proceso de marketing.
2. Libro Investigación de Mercado Pablo Valderry Sanz
3. Investigación de mercados. William G. Sigmund, Barry S. Babon 9a. Edicion.
4. Guía para la formulación y evaluación de proyectos de investigación, Autores: Varios Mario Tamayo y Tamayo, Virginia Ayllón, Javier Sánchez, rick Salman, Julio córdobas, Rafael Córdoba, Edición Tenorio 3ra edición. Editorial limusa
5. Guía para la formulación de proyectos de investigación, Escrito Mario Castillo Sánchez, Canales, F Alvarado de EF. Santa fé Bogotá Tamayo limusa.
6. Manual de Buenas Prácticas Ambientales para la Curtiembre en Centroamérica Financiado por la Environmental Protection Agency bajo el Acuerdo Cooperativo X4 – 83254501 – 0 2006.
7. Investigación de mercado.

8. Internet: <http://www.monografias.com/trabajos7/inci/inci.shtml> .

- Artesanía en cuero de pescado, Quintero chileno.
www.youtube.com/watch?v=yd7lknskx4c..
- Ramón capacitación en curtido de cuero de pescado. flv,
<http://www.youtube.com/watch?v=pHTKhFTCLsg>
- <http://www.inpesca.com.ni>
- [http://www.elacuarista.com/secciones/biologia6.](http://www.elacuarista.com/secciones/biologia6)

ANEXOS

Glosario de Términos

Aceptación: Acción y efecto de aceptar, un producto o servicio brindado.

Batan: Maquinaria rotativa, utilizada en el proceso del curtido de las pieles con forma de tambor, elaborado de madera e impulsado por con motor eléctrico

Curtido: Proceso de transformar las pieles en cuero conformada de la siguiente etapa: Limpieza, curtido, recurtido y acabado.

Mercado Potencial: Es el conjunto de clientes que profesan un grado suficiente de interés en una determinada oferta del mercado.

Mercado Servido (también llamado mercado meta), es la parte del mercado disponible calificado que, la empresa decide captar.

Peces: Son llamados (pisces) son animales vertebrados acuáticos, generalmente ectotérmicos, la mayoría de ellos recubierto por escamas y dotados de aletas, que permite su desplazamiento en los medios acuáticos y branquias, con las que captan el oxígeno disuelto en el agua.

Pila: Estructura cuadra de concreto de tamaño regular que es utilizada para introducir las pieles y dejarla en remojo.

Tenería: Es el lugar donde se realiza el proceso que convierte las pieles de los animales en cuero.

Analisis FODA

(Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Factores Interno/ externo:

Fortalezas

- ✓ Hay tenerías, algunos organizados en cooperativas que pueden incursionar en el proceso de curtición y elaboración de los artículos del cuero de pescado.
- ✓ Se cuenta con talleres (Artesanales), que están dispuestos a trabajar este tipo de cueros.
- ✓ Personal capacitado (Núcleo familiar), con apertura a la capacitación en el procesamiento de estos cueros.
- ✓ Interés de competir y participar comercialmente en ferias Nacionales e Internacionales.
- ✓ Personal con disposición en brindar asesoría en el mejoramiento del proceso de curtición de las pieles y acabado de los artículos.

Debilidades

- ✓ Existe desconocimiento sobre la posibilidad real de curtir la piel de pescado, y convertirla en un cuero de gran belleza y calidad, útil para elaborar artículos artesanales.

- ✓ No están establecidos los centros de acopios y talleres en situaciones que requieran demasiada demanda.

- ✓ Actualmente no se cuenta con el apoyo económico de las Instituciones Financieras.

- ✓ No existe una producción formal y continua en el proceso de curtiición y elaboración de artículos con cuero de pescado.

- ✓ No se cuenta con una variedad de línea de artículos.

- ✓ Falta de Capital para emprender un proyecto de gran escala, a corto plazo.

Oportunidades

- ✓ Aprovechar las pieles de pescado que no son explotadas en la actualidad para su curtiembre y elaboración de artículos con cuero de pescado. Evitando la contaminación del medio ambiente
- ✓ No hay competidores de estos artículos en el mercado nacional, existen grandes posibilidades de abrir un nuevo segmento del mercado.
- ✓ Los clientes consumidores muestran interés en los artículos que se puedan elaborar del cuero de pescado.
- ✓ Existe un mercado internacional para los artículos elaborados a partir del cuero de pescado.
- ✓ De crear fuentes de trabajo en el ramo de la curtiembre y elaboración de artículos con este cuero y toda la cadena que le sigue.

Estrategia FO

- ✓ Brindar una mayor publicidad en los medios de comunicación hablados y escritos de la existencia de estos artículos elaborados del cuero de pescado.
- ✓ Negociar con clientes establecidos, el promover la venta de artículos elaborados del cuero de pescado.
- ✓ Consolidar a los teneros en cooperativa y INPIME para negociar la venta nacional e internacional de los artículos elaborados del cuero de pescado.

Amenazas

- ✓ Que se le pongan precios elevados a la piel de cuero de pescado y materiales utilizados en el proceso de curtición.
- ✓ Productores y Clientes informales (competencia desleal).
- ✓ Ingresos de productores externo con mejor tecnología (Maquinaria) y Artículos mejor elaborados del cuero de pescado.
- ✓ Escases de la materia prima

Estrategia FA

- ✓ Consolidar a los teneros en cooperativas para negociar la adquisición de cuero y materia prima a un precio más razonable y hacer la producción más competitiva.
- ✓ Crear las condiciones de almacenamiento ante cualquier eventualidad.
- ✓ Brindar una mayor publicidad en los medios de comunicaciones hablados y escritos, de la existencia de estos artículos elaborado del cuero de pescado.

Anexo A. Sección Instituciones

Análisis de los resultados de la “cuestionario de entrevista instituciones” MIFIC

¿Cuántas curtiembres hay a nivel nacional? Respuesta = Hay 32 tenerías a nivel nacional ubicado en Masaya, Estelí, Matagalpa, León, Chontales.

Base de datos de las tenerías inscritas en el Registro Único de la MIPYME información brinda por Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, Dirección general y articulación empresarial.

¿Cuántas se dedican a la curtiembre de cuero con piel de pescado? Respuestas = En los registros del MIFIC no se encuentra ninguna inscrita, solo en la actualidad curten cuero de bovino.

¿Cuándo se apertura la primera tenería a nivel nacional? Respuesta = No tienen conocimiento

¿Cuántas tenerías son Artesanales o Industriales? Respuesta = 25 artesanales e industriales solo con cuero de otras especies.

¿Si hay centros de acopio de pieles de pescado a nivel nacional? Respuestas = No hay centros de acopio de cuero del pescado, ya que los cueros son desechados

¿Existen registros de exportación del cuero de pescado al mercado internacional. Respuesta = No hay registros a nivel nacional solo en toneladas de pescado comestible anexo INPESCA, CETREX

¿Existen registros de importación de cuero para su manufactura nacional? Respuesta = No hay registros a nivel nacional.

¿Cuál es la unidad de medida para la comercialización de la piel de pescado? Por libra, pies, yarda, quintal o tonelada u Otras. Respuesta = No hay registros de comercialización a nivel nacional de este cuero.

¿Cual es la tasa de impuesto a pagar por la exportación del cuero de pescado? Respuestas =No hay registros de tasa de impuesto por exportación a nivel nacional de este cuero.

¿Cual es la tasa de impuesto a pagar por la importación del cuero de pescado? Respuestas =No hay registros de tasa de impuesto por exportación a nivel nacional de este cuero.

¿Existen otro tipo de aporte o impuesto a este tipo de artículos? Respuestas = No hay registros ningún tipo de aporte de impuestos a nivel nacional respecto a este cuero.

¿Tienen conocimientos de escases de cuero de pescado a nivel nacional? Respuesta = No hay registros de escases del cuero de pescado a nivel nacional. Ya que no se tiene conocimiento que se este procesando.

¿De cuanto es el registro estadístico de productos elaborados con el cuero de pescado, trimestral, semestral y Anual? Respuesta = No hay registros estadísticos de productos elaborados con el cuero de pescado, más bien esto es una nueva alternativa ante la escases de otros cueros.

INPESCA

Instituto Nicaragüense de la pesca y acuicultura, resolución ejecutiva –PA-No. 010/2012. Extracto Procedimiento para la planta de proceso y centros de acopios para facilitar el acceso de los pescadores y acuicultores artesanales a los beneficios de la ley 797: Ley de reforma al Art. 111 de la ley 489 “Ley de pesca y acuicultura” y reforma al Art. 126 de la ley 453 “Ley de equidad fiscal”.
<http://www.inpesca.gob.ni/images/Resoluci%C3%B3n%20Ejecutiva%20No.%20010-2012.pdf>

Establece las regulaciones y el ordenamiento de la actividad pesquera y acuícola de conformidad con la Constitución Política de la República de Nicaragua. El objetivo es lograr el aprovechamiento sostenible de los recursos vivos acuáticos, optimizando el uso de las pesquerías tradicionales y promoviendo la producción.

Anexo A.1**Industrialización de productos pesqueros en plantas procesadoras, Miles de libras**

Zona	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Pescado	7,256	11,63	8.008	6,794	7,01	7,563	7,57	6,87
Entero	5,888	9,782	6,696	5,378	4,99	5,307	6.681	5,654
Filete	990	1,26	1,036	1.151	1,55	1,748	875	886
Sin cabeza	346	475	260	203	314	392	277	217
Otros	23	40	15	55	152	116	95	114

Fuentes: INPESCA, Certificados de inspecciones de exportaciones. Pág. 20.

Anexo A.2**Tabla Exportaciones de productos pesqueros (Miles de dólares)**

Zona	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Caribe	3,579	3,238	3,23	3,51	5,14	6,042	5,364	5,024	8,277
Pacifico y Aguas continentales	8,602	8,289	8,886	12,19	11,6	13,45	12,7	12,22	14,43
Total	12,18	11,53	12,12	15,7	16,7	19,49	18,06	17,24	22,71

Fuentes: INPESCA, Certificados de inspecciones de exportaciones. Pág. 24. Pescado Aumento un 21.35%. En el año 2011 con respecto al precio.

Anexo A.3

Centro de Trámites de las exportaciones (CETREX)

Exportaciones autorizadas, Extraída de entre los 20 principales productos

Unidad de medida toneladas métricas.

Productos marítimos	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	total
camarón de cultivo	10.257,51	9.437,31	12.348,85	19.702,15	16.364,35	18.665,51	14.298,56	101.074,24
camarón de mar	1.878,95	2.240,97	1.496,31	4.931,68	3.757,74	1.277,12	1.006,42	16.589,19
Langostas	1.343,64	1.661,30	1.595,23	1.413,03	1.482,37	1.655,15	1.178,38	10.329,10
Pescado	4.928,51	5.508,82	4.871,05	4.846,29	5.547,57	5.409,67	3.526,41	34.638,32
Totales	18.408,61	18.848,40	20.311,44	30.893,15	27.152,03	27.007,45	20.009,77	162.630,85
representación % del pescado	26,77%	29,93%	26,46%	26,33%	30,14%	29,39%	19,16%	188,16%
Total exportaciones	755.562,77	784.096,95	707.859,43	681.071,13	811.409,23	753.159,87	778.317,93	5.271.477,31
Representación % del pescado	0,65%	0,73%	0,64%	0,64%	0,73%	0,72%	0,47%	4,58%

Una tonelada métrica es igual a 1000 Kilogramos que equivalen a 2204.62 libras.

equivalencia en libras	10.865.491,72	12.144.854,75	10.738.814,25	10.684.227,86	12.230.283,77	11.926.266,68	7.774.394,01	76.364.333,04
2204,62								

Anexo A.4 Centro de tramites de las exportaciones (CETREX)
Tramites de las exportaciones ,
exportaciones autorizadas de pescado, extraidas entre las 20 principales productos
unidad de medida toneladas metricas

Productos marítimos	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	total
Pescado	4.928,51	5.508,82	4.871,05	4.846,29	5.547,57	5.409,67	3.526,41	34.638,32
Totales	4.928,51	5.508,82	4.871,05	4.846,29	5.547,57	5.409,67	3.526,41	34.638,32
Total exportaciones	755.562,77	784.096,95	707.859,43	681.071,13	811.409,23	753.159,87	778.317,93	5.271.477,31
Representación % del pescado	0,65%	0,73%	0,64%	0,64%	0,73%	0,72%	0,47%	4,58%

Una tonelada métrica es igual a 1000 kilogramos que equivalen a 2204.62 libras.

equivalencia en libras	10.865.491,72	12.144.854,75	10.738.814,25	10.684.227,86	12.230.283,77	11.926.266,68	7.774.394,01	76.364.333,04
------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	---------------

Anexo A.5 BANCO CENTRAL DE NICARAGUA

Producción pesquera: Captura de peces (Miles de libras)

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
1990	166.1	103.1	114.7	129.9	98.5	137.2	146.4	95.4	54.1	87.5	168.8	127.3	1,429.0
1991	296.0	495.8	328.1	524.5	195.1	201.7	139.7	368.2	360.4	447.1	504.7	119.1	3,980.4
1992	134.2	203.8	509.5	917.2	576.6	648.7	1,317.3	753.1	599.0	509.5	708.4	338.0	7,215.3
1993	596.4	902.2	1,238.0	723.2	784.7	1,020.3	1,388.2	1,285.6	1,323.0	1,077.0	1,128.0	1,202.0	12,668.6
1994	698.3	620.6	687.6	574.4	786.0	783.1	869.6	636.5	720.6	967.7	1,004.7	671.7	9,020.8
1995	681.5	600.7	795.1	662.1	760.1	939.7	858.3	996.0	957.3	931.4	1,045.6	902.3	10,130.2
1996	556.5	566.4	506.9	525.9	701.1	717.0	732.6	658.3	691.0	777.5	915.6	799.3	8,148.0
1997	873.5	621.3	513.2	671.4	708.7	571.5	763.9	778.9	678.4	1,296.6	865.9	645.3	8,988.7
1998	502.0	552.0	701.0	595.0	757.0	811.0	972.0	950.0	785.0	861.0	1,058.0	898.0	9,442.0
1999	669.1	468.6	676.4	641.0	660.5	596.0	859.7	779.4	618.5	772.6	804.4	834.1	8,380.3
2000	605.0	649.5	620.5	570.3	629.7	778.2	729.3	841.7	826.2	951.4	1,088.3	1,138.1	9,428.0
2001	826.7	505.1	882.0	738.1	962.2	781.8	954.9	837.7	957.9	1,038.7	1,320.9	917.6	10,723.8
2002	729.8	682.4	825.2	1,053.8	847.9	1,185.3	1,084.7	925.1	902.7	1,064.9	1,373.6	1,152.6	11,827.9
2003	865.1	878.7	827.0	687.5	791.9	1,206.8	1,031.8	926.8	1,001.9	876.3	990.7	973.2	11,057.8
2004	707.1	965.3	1,034.6	651.6	765.4	940.0	809.7	858.2	826.6	1,027.7	1,097.9	1,066.8	10,750.9
2005	1,363.9	1,156.3	1,242.3	958.8	818.1	1,108.2	1,208.5	1,260.6	867.5	928.3	878.9	898.2	12,689.7
2006	787.0	788.4	1,121.5	950.8	844.1	665.9	1,126.9	1,226.0	1,066.8	1,065.8	1,083.3	1,035.5	11,762.2
2007	810.6	1,154.4	1,137.8	1,082.5	1,317.4	993.8	1,038.1	891.8	897.5	1,038.9	1,149.7	1,009.4	12,521.9
2008	862.0	1,051.7	697.2	958.2	761.2	761.0	906.2	741.0	960.1	1,092.7	925.5	788.7	10,505.5
2009	783.8	876.5	1,041.1	1,075.6	1,222.0	880.7	897.5	928.7	998.0	990.3	1,165.0	972.3	11,831.5
2010	1,064.7	1,413.2	1,284.0	1,316.9	1,240.5	1,437.3	1,235.2	1,328.3	1,180.7	1,340.2	1,368.9	1,250.3	15,460.2
2011	1,120.4	1,051.5	1,217.2	1,214.8	1,246.0	1,209.7	1,260.4	1,173.6	1,205.9	880.8	1,124.6	990.1	13,695.0
2012	1,010.9	1,089.9	1,041.7	609.7	1,307.1	1,014.4	939.8	1,100.0	1,090.6				9,204.2

Anexo A. 6 Producto Interno Bruto por actividad económica

SECTOR REAL - REAL SECTOR**Producto interno bruto por actividad económica^{1/} - Gross domestic product by activity**
(distribución porcentual - percentage distribution)

Conceptos - Concepts	Crecimiento PIB real Real GDP growth			Participación PIB nominal Nominal GDP participation		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
	cambio porcentual anual annual percentage change			participación porcentual percentage participation		
Total	(1.8)	4.5	4.7	100.0	100.0	100.0
Impuestos netos a productos - Net taxes on products	(5.4)	4.7	4.8	11.4	12.2	12.6
Imputaciones bancarias - Banking imputations	(2.2)	(10.8)	-	(5.8)	(4.7)	(4.4)
Agricultura - Agriculture	(5.8)	5.9	(3.0)	10.2	10.9	11.2
Pecuaria - Livestock	3.8	10.3	9.0	5.7	5.8	6.1
Pesca - Fishing	12.6	2.1	3.2	0.9	0.9	0.8
Silvicultura - Silviculture	(2.0)	(6.0)	2.5	0.8	0.7	0.7
Industria manufacturera - Manufacturing	(1.3)	7.0	7.6	17.1	17.4	17.9
Construcción - Construction	(15.0)	(12.5)	17.0	5.0	4.2	4.8
Minería - Mining	(8.9)	29.8	11.7	1.1	1.8	1.8
Comercio - Commerce	(2.5)	3.8	4.0	13.6	13.8	12.9
Gobierno General - General Government	3.4	2.1	3.5	12.4	11.4	11.0
Transporte y comunicaciones - Transport and communications	1.8	3.0	3.3	5.4	5.2	4.9
Bancos y seguros - Banks and insurance companies	(3.2)	(7.2)	0.5	5.2	4.6	4.2
Energía y agua potable - Energy and water	3.7	4.2	3.2	2.8	2.9	2.7
Propiedad de vivienda - Housing	0.5	1.5	1.7	7.5	7.2	6.8
Otros servicios - Other services	(1.2)	2.3	3.0	6.6	6.4	6.1

1/ : Datos preliminares para 2009 - 2010 y estimado para 2011 - Preliminary data for 2009 - 2010 and estimated for 2011.

Fuente - Source : BCN.

Anexo A.7 Valor agregado de los sectores agropecuario, silvicultura, pesca y minería

Valor agregado de los sectores agropecuario, silvicultura, pesca y minería - Value added of agricultural, silviculture, fishing and mining
(millones de dólares - millions of dollars)

Conceptos - Concepts	2009^{p/}	2010^{e/}	2011^{e/}
Total Industrias - All Industries	1,161.9	1,306.3	1,503.3
Actividades agrícolas - agricultural activities	638.1	717.0	820.7
Café oro - golden brown	167.6	219.3	300.1
Café de azúcar - sugar cane	48.2	59.2	58.5
Granos básicos - basic grains	227.2	224.4	239.8
Otros productos agrícolas - other agricultural products	195.1	214.1	222.5
Actividades pecuarias - livestock activities	353.0	382.0	442.5
Actividades silvícolas - forestry activities	48.4	43.3	48.4
Actividades pesqueras y acuícolas - fisheries and aquaculture activities	55.9	60.5	60.1
Actividades de minería - mining activities	66.5	103.4	131.5

p/ : Preliminar - Preliminary

e/ : Estimado - Estimated

Fuente - Source : BCN.

Anexo A.8 Producción total del sector manufacturera, según industrias seleccionadas

Producción total del sector manufacturera, según industrias seleccionadas - Manufacturing sector output for selected industries
(millones de dólares - millions of dollars)

Industrias - Industries	2009^{d/}	2010^{e/}	2011^{e/}
Total	3,364.4	3,635.9	4,198.8
Carnes y pescados - Meat and fish	699.8	756.0	851.0
Azúcar - Sugar	196.7	236.5	286.5
Lácteos - Dairy products	312.0	324.7	333.4
Otros alimentos de origen industrial - Other food of industrial source	364.9	375.2	398.9
Bebidas - Beverages	311.4	312.7	347.2
Tobaco - Tobacco	10.5	10.7	11.7
Hilados, tejidos, ropa, cuero y calzado - Yarns, weaves, clothes, leather and footwear	333.8	399.5	530.3
Productos de madera y muebles - Wood and furniture goods	123.9	121.1	129.0
Productos de papel e impresos - Printed and paper products	44.0	44.4	47.0
Productos de petróleo refinado - Refined oil products	403.8	517.9	683.1
Productos químicos de caucho y plásticos - Plastic and rubber chemical products	81.8	77.9	74.7
Vidrio y otros productos no metálicos - Glass and non metallic products	138.1	134.3	153.8
Metales y productos metálicos elaborados - Metals and elaborated metallic products	128.4	128.5	135.8
Maquinaria y equipo de transporte - Machinery and transport equipment	15.1	16.1	16.1

d/ : Preliminar - Preliminary

e/ : Estimado - Estimated

Fuente - Source : BCN.

Anexo A.9 Inversiones extranjera directa por sector de destino.

*Inversión extranjera directa por sector de destino - Foreign direct investment by destination sector
(millones de dólares) - millions of dollars*

Sectores - Sectors	2009	2010	2011
Total	434.2	508.0	967.8
Minería - Mining	12.0	25.3	114.3
Pesca - Fishing	0.0	0.9	0.4
Industrial - Manufacturing	69.8	107.9	228.4
Energético - Energy	222.4	198.9	217.1
Comercio y servicios - Commerce and services	32.0	58.8	144.9
Comunicaciones - Communications	61.6	118.7	160.3
Otros - Others	36.4	37.5	104.5

Fuente - Source : MIFSC y BCN

Anexo A.10 Llegadas de visitantes y Hoteles.

TURISMO - TOURISM**Llegada de visitantes y hoteles - Visitor arrivals and hotels**

(número - number)

Conceptos - Concepts	2009	2010	2011
Llegada de visitantes - Visitor arrivals	1,010,058	1,071,660	1,121,529
- Visitantes del día - day visitors	78,154	60,409	61,498
- Turistas - tourists	931,904	1,011,251	1,060,031
Aéreo - Air	353,229	350,795	359,886
Acuático - Sea	25,891	14,438	14,767
Terrestre - Land	552,784	646,018	685,378
Hoteles -Hotel	529	611	732
Habitaciones de hotel - Hotel rooms	7,817	8,880	10,235

Fuente - Source : INTUR.

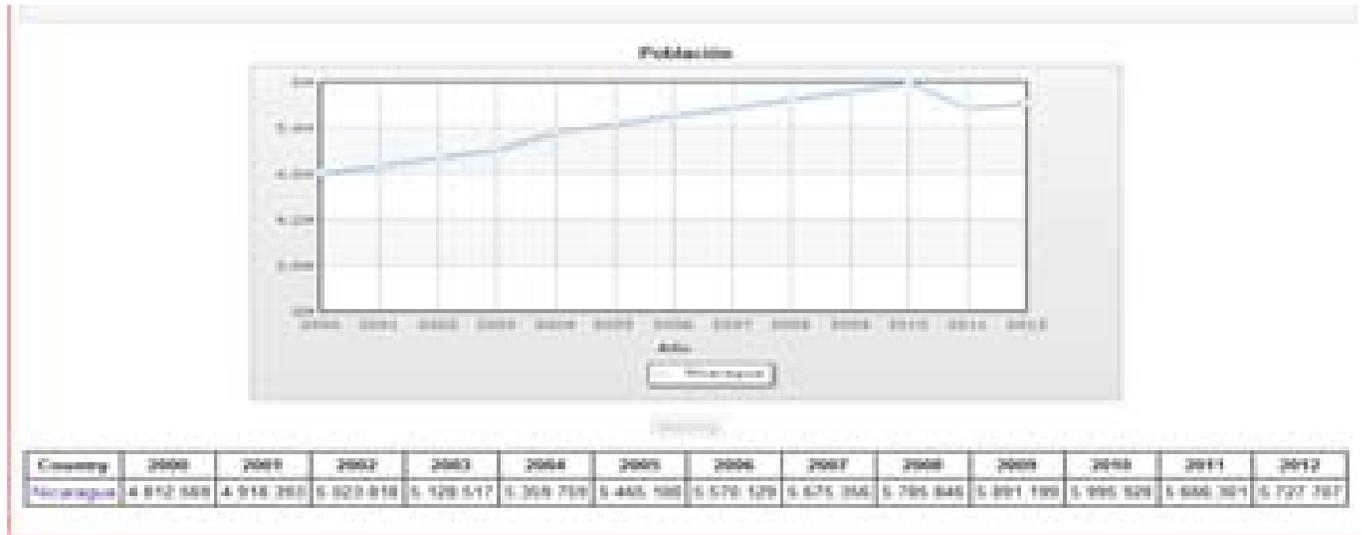
Cruceiros - Cruises

(número - number)

Conceptos - Concepts	2009	2010	2011
Número de cruceros - Number of cruise ships	60	49	48
Excursionistas - Trippers	34,363	36,892	39,210
Excursionistas de tours - Tour Trippers	25,168	17,040	17,484

Fuente - Source : INTUR.

Anexo A .12. Estimaciones y proyecciones de la población del 2012.



Fuentes: [http:// www.inide.gob.ni](http://www.inide.gob.ni) Source: INIDE: Estimaciones y proyecciones de la población del 2012.

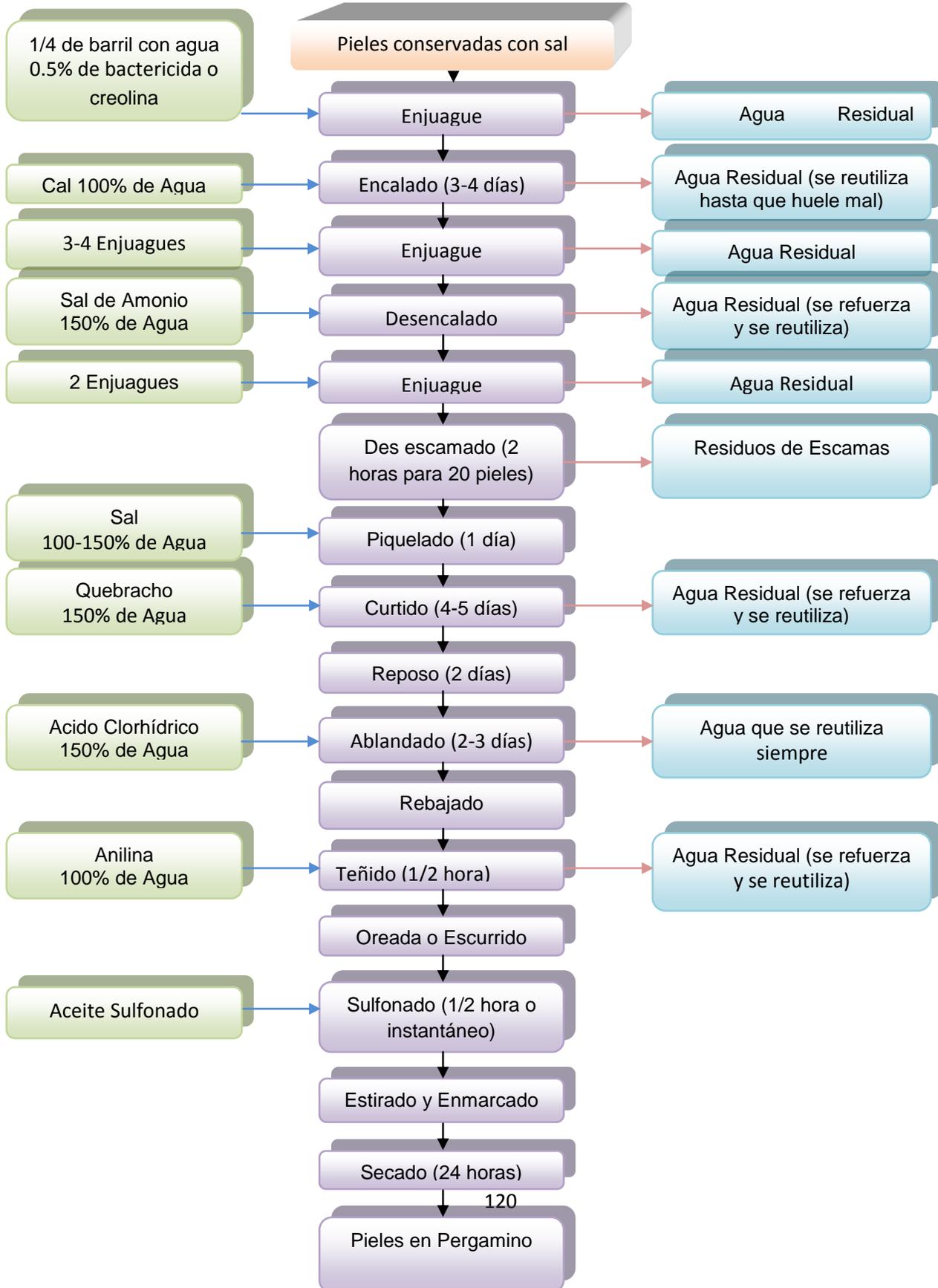
INDEX MUNDI .Población: 5.727.707 (Julio 2011 est.), Distribución por edad

0-14 años: 31,7% (hombres 913.905/mujeres 879.818)

15-64 años: 63,8% (hombres 1.743.591/mujeres 1.874.025)

65 años y más: 4,5% (hombres 116.153/mujeres 138.809) (2011.)

Proceso General de Curtición



Entrevistas con persona del Sector del Mercado de Marisco en el cual nos dieron la oportunidad de ver el proceso de descarnado de la piel de pescado como se puede apreciar las pieles crudas, que no son aprovechados, lo consideran como desperdicios de estas pieles.



Pes Rojo



Piel de Tiburon





Pez hoja



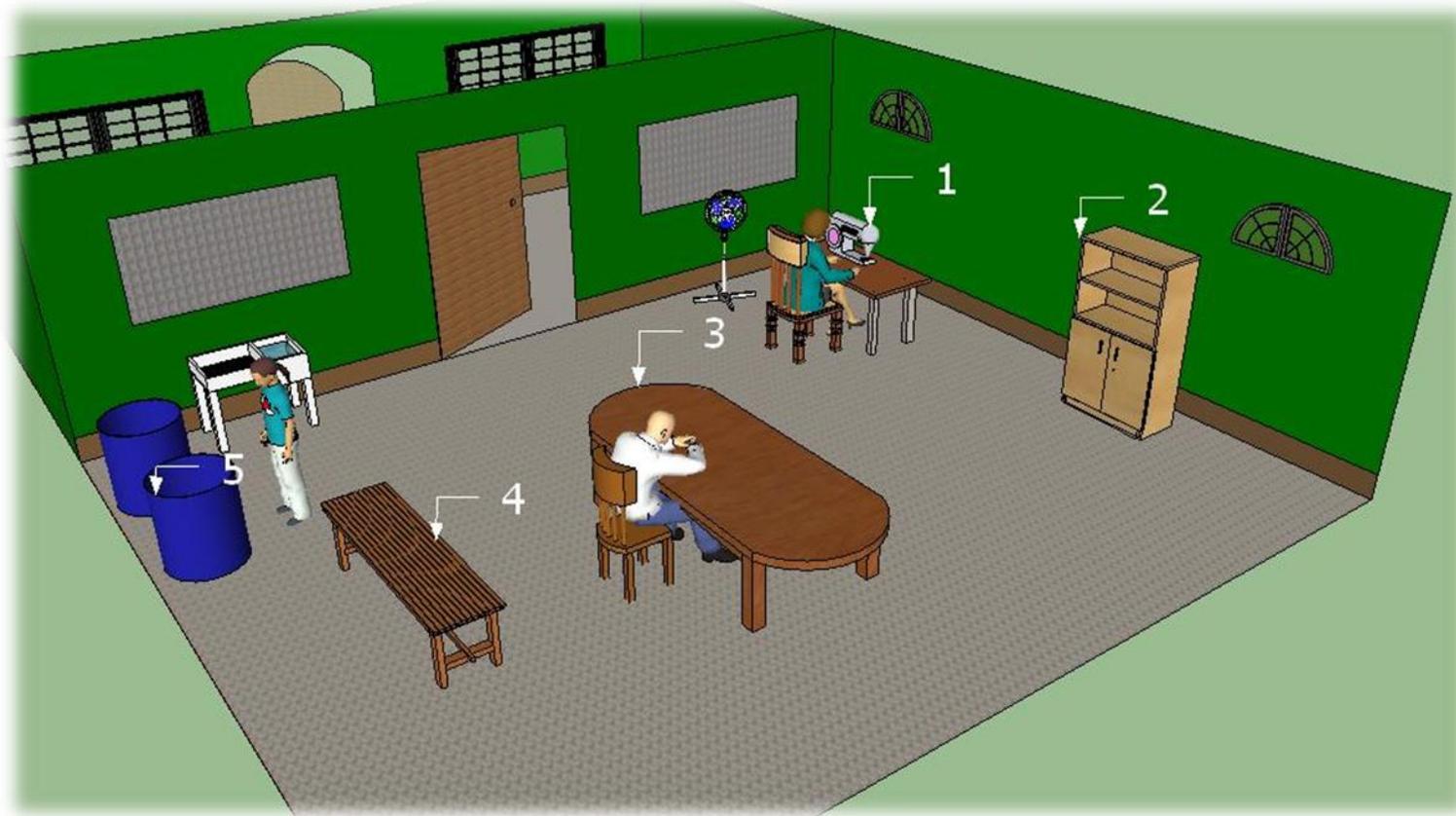
Pez Anguila.



Maquinaria para el proceso del curtido de las pieles, Se efectúan en un solo tambor y consiste en la introducción de la solución de curtimiento (re curtimiento), pilas, tintas para reemplazar los aceites naturales de las pieles. Las operaciones de acabado son: secar, revestir, sujetar, sembrar, pegar y lavar las pieles. Los procesos que sigue la curtiembre son, en grandes bloques: Ribera, Curtido, Teñido, Secado acondicionado, terminación.



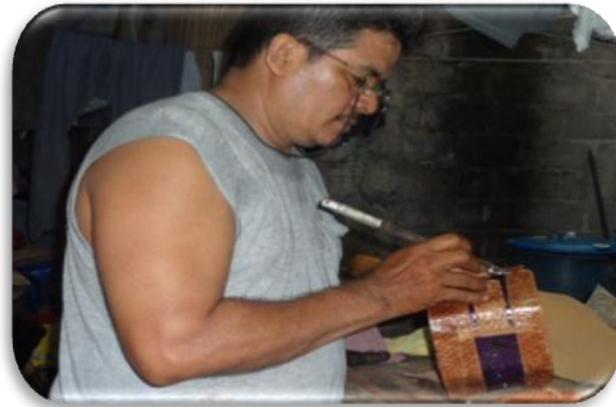
Planta Artesanal Dedicada a la Curtición de Pieles



- 1) Máquina de coser utilizada para pegar las piezas del cuero de pescado en la elaboración de artículos
- 2) Estantes y armario utilizado para guardar herramientas y materiales de trabajo
- 3) Mesa de trabajo donde se realizan los diseños, cortes y pegados de las pieles
- 4) Mesa utilizada para el secado del cuero, a partir de la piel de pescado
- 5) Barriles para el remojo de las pieles.

Elaboración de la Muestra de Cartera con el Cuero de Pescado “TILAPIA” y reunión con Presidente y Vicepresidente de la Asociación de Marroquinería “Granada”







Diseñado por la Señora Deysi con experiencia en elaboración y comercialización de artículos como: Zapatos del Cuero del Pescado, originaria de la Ciudad de Masaya.





UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA DE LA INDUSTRIA
UNI-RUPAP

Encuesta realizada para la investigación de mercado en el sector cliente

Estimado Sr(a): La presente encuesta es parte de un estudio de mercado que están llevando a efecto los estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial como tema Monográfico para culminar sus estudios, y tiene como objetivo, recopilar información acerca de la aceptación que tendrían algunos artículos elaborados a base de cuero de pescado tales como: Zapatos, Cartera, fajas y otros. La información que pueda brindarnos será de vital importancia para este estudio y desde ya agradecemos su valiosa colaboración.

Sexo: Femenino _____, Masculino_____

¿Sabía Usted que la piel de pescado se procesa, obteniendo un cuero de excelente calidad y además es muy resistente? SI _____ NO _____

¿Sabía usted que el cuero de pescado es utilizado para la elaboración de artículos como son: Zapatos, Carteras Fajas u Otros? SI _____ NO _____

¿Alguna vez ha visto en alguna tienda de nuestro país algún artículo elaborado con cuero de pescado? SI _____ No _____

¿Algún conocido suyo o Familiar le ha comentado alguna vez acerca de la existencia en nuestro país de artículos elaborado con cuero de pescado? SI _____ NO _____

¿Usted ha comprado artículos elaborado a partir del cuero de pescado como: Zapatos, Fajas, Carteras u otros? SI _____ NO _____

¿Usaría usted artículos elaborados a partir del cuero de pescado? SI _____ NO _____

¿Qué artículo ha comprado?

Zapatos	Fajas	Carteras	Otros

¿Que clase de artículos elaborado con cuero de pescado le gustaría usar?

Zapatos Caballero_____ Carteras Caballero_____ Billetera _____ Monedero_____ Bolso_____
Maletines_____ Fajas_____ Cartucheras_____

Zapatos Dama_____ Carteras Caballero_____ Billetera _____ Monedero_____ Bolso_____
Maletines_____ Fajas_____ Cartera de Mano____ Llaveros____ Aretes____ Cartucheras ____Todas las
anteriores _____ No Aplica_____

Marque con una X. ¿En cuál de los siguientes lugares Usted adquirió estos artículos?

Mercados Locales del país___Centros comerciales del país___Tiendas del país___ En el Extranjero_____
No aplica_____

¿Estaría dispuesto a adquirir este o estos artículos? SI_____ NO _____

¿Marque con una X Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este o estos artículos?

Rangos	Zapatos	Fajas	Carteras	Otros
Menos de US\$20				
Entre US\$21 y US\$30				
Entre US\$31 y US\$40				
Entre US\$41 y US\$50				
Entre US\$51 y US\$60				
Más de US\$61				
No aplica				

¿Con que frecuencia compra artículos elaborado con cuero de pescado?

Semanal___ Quincenal___ Mensual___ Cada 3 meses___ Mayor a un año___ Otro___ No Aplica___

¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar algún artículo elaborado con cuero de pescado?

Rangos	Zapatos	Fajas	Carteras	Otros
Menos de US\$20				
Entre US\$21 y US\$30				
Entre US\$31 y US\$40				
Entre US\$41 y US\$50				
Entre US\$51 y US\$60				
Más de US\$61				
No aplica				

Marque con una x. El tipo de artículo adquirido elaborado con el cuero de pescado

Zapatos	Fajas	Carteras	Otros

¿Cómo calificaría usted los artículos elaborados con cuero de pescado?

Feo __ Bonito __ Muy Bonitos __ Bonito y elegantes __ Poco Elegantes __ Muy bonito y Elegantes __ No Aplica __

¿Que artículos le gustaría que se elaboraran con cuero de pescado y estuviesen disponible en el comercio nacional?

Zapatos ____ Carteras ____ Billetera _____ Monedero ____ Bolso ____ Maletines _____
 Fajas ____ Cartera de Mano ____ Llaveros ____ Aretes ____ Cartucheras ____ Otro ____ Todas las anteriores
 __ No Aplica _____



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA DE LA INDUSTRIA
UNI-RUPAP

Encuesta realizada para la investigación de mercado empresario

Estimado Sr(a) Empresarios: La presente encuesta es parte de un estudio de mercado que están llevando a efecto los estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial como tema Monográfico para culminar sus estudios, y tiene como objetivo, recopilar información acerca de la aceptación que tendrían algunos artículos elaborados a base de cuero de pescado tales como: Zapatos, Cartera, fajas y otros. La información que pueda brindarnos será de vital importancia para este estudio y desde ya agradecemos su valiosa colaboración.

Comercio: _____, Dirección: _____,

Tipo de Tienda: _____, Tiempo de estar operando: _____

¿El negocio comercial, el cual usted administra ofrece artículos elaborados a base de cuero?

SI ____ NO ____

¿Los artículos de cuero que ofrece su negocio corresponden a :

% Zapatos Damas

%Zapatos Caballeros

%Zapatos damas y Caballero

%Zapatos Niña

% carteras y fajas

Todo lo anteriores

¿Que cantidad clientes visitan en promedio por día su establecimiento?

50 a 100

100 a 200

200 a 300

300 a 400

400 a mas

¿Sabía usted de la existencia de artículos elaborado con el cuero de pescado? SI___ NO ___

Si su respuesta es Si

¿Ha comercializado usted en su negocio estos artículos elaborados con cuero de pescado? SI_____ NO _____

¿Que tipo de artículos?

Zapatos	Fajas	Carteras	Otros

¿Marque con una X el tipo de clientes que visitan su tienda?

Mercados Locales País____, Extranjero, _____Más nacional que extranjero_____

Más extranjero que nacionales_____Igual cantidad de extranjero a que nacional _____

¿Algún cliente ha preguntado si en su tienda existen artículos tales como: Zapatos, carteras, fajas u otros elaborados con cuero de pescado y que los tenga de venta al público? SI___ NO___

¿su respuesta es Si Con que frecuencia visita su tienda estos tipos de clientes?

Todos los días _____Semanal_____Quincenal_____Mensual__ Trimestral____Semestral Anual _____

¿Estaría dispuesto usted a incursionar en el comercio de este tipo de artículos elaborado con cuero de pescado? Si _____ No_____

¿En que tipo de artículos elaborado con este cuero invertiría para comercializar en su establecimiento. Zapatos, carteras fajas u otros?

Zapatos	Fajas	Carteras	Otros

¿Marque con una X cuanto estaría usted dispuesto a pagar por los artículos elaborados con cuero de pescado que pondría a la venta en su tienda, Zapatos, Carteras, Fajas, otros.

Rangos	Zapatos	Fajas	Carteras	Otros
Menos de US\$20				
Entre US\$21 y US\$30				
Entre US\$31 y US\$40				
Entre US\$41 y US\$50				
Entre US\$51 y US\$60				
Más de US\$61				
No aplica				

¿Alguna vez le han ofrecido este tipo de artículo elaborado con cuero de pescado para que comercialice en su tienda? Si ____ No ____

¿Cree usted que estos artículos gozarían de aceptación en el mercado nacional? Si ____ No ____

Fotos de personas encuesta realizada en algunos de los Mercados y Centros Comerciales.





Mapa de Nicaragua



INDICE

I. INTRODUCCION.....	1
II. ANTECEDENTES	3
III. JUSTIFICACION.....	6
IV. OBJETIVOS	7
<i>Objetivo General.....</i>	<i>7</i>
<i>Objetivos Específicos</i>	<i>7</i>
V. HIPOTESIS.....	8
VI. MARCO TEORICO.....	9
<i>Estudio de mercado.....</i>	<i>9</i>
<i>Identificación del mercado</i>	<i>9</i>
<i>Clasificación de mercado.....</i>	<i>9</i>
<i>Segmento de Mercado.....</i>	<i>10</i>
<i>Nicho de mercado.....</i>	<i>10</i>
<i>Tipos de Segmentación de Mercado.....</i>	<i>10</i>
<i>Estudio de la oferta</i>	<i>13</i>
<i>La oferta.....</i>	<i>14</i>
<i>Comercialización y mercado.....</i>	<i>14</i>
<i>Producto y clasificación.....</i>	<i>14</i>
VII. METODO DE RECOLECCION DE DATOS.....	16
<i>Fuentes primarias.....</i>	<i>16</i>
<i>Fuentes secundarias.....</i>	<i>16</i>
<i>Encuesta.....</i>	<i>16</i>
<i>Entrevista</i>	<i>17</i>
<i>Población y muestra</i>	<i>19</i>
<i>Tamaño.....</i>	<i>19</i>

<i>Población finita</i>	20
<i>Población infinita</i>	20
Método de muestreo	20
<i>Muestreo</i>	20
<i>Muestra no probabilística</i>	21
<i>Muestra</i>	22
<i>Nivel de confianza</i>	22
<i>Variables estadística</i>	23
<i>Variable cualitativa</i>	23
<i>Variable cuantitativa</i>	24
<i>Frecuencia relativa</i>	24
<i>Representativa</i>	24
<i>Adecuada y válida</i>	24
Cuero	25
<i>Acuicultura</i>	25
<i>Histología general de la piel de los peces</i>	26
<i>El colágeno y sus propiedades fisicoquímicas</i>	27
Métodos de extracción y conservación de la piel	29
<i>Extracción</i>	29
<i>Descarnado</i>	29
Conservación de la piel (Tipos)	30
<i>Por salmuera</i>	30
<i>Por salado seco</i>	30
<i>Por congelación</i>	30
<i>Almacenamiento</i>	31
<i>Defectos de la piel</i>	31
<i>Por mala conservación</i>	31
<i>Tipos de tilapia</i>	31
<i>Reproducción</i>	32
<i>Utilización de pieles</i>	32

<i>Pasos para la elaboración del cuero de pescado “Tilapia”</i>	33
VIII. DISEÑO METODOLOGICO	34
<i>Diseño de la investigación</i>	34
<i>Análisis de la fuentes primaria</i>	40
<i>Análisis de la encuesta a clientes</i>	42
<i>Información obtenida de fuentes primarias y secundarias utilizando el método de entrevista</i>	70
<i>Fuentes de materia Prima</i>	74
<i>Análisis de resultados sector “comerciantes y tiendas de artesanía”</i>	75
IX. CONCLUSIONES	92
X. RECOMENDACIONES	96
IX. BIBLIOGRAFIA	98
ANEXOS	100
<i>Glosario de Términos</i>	101
<i>Análisis FODA</i>	102
<i>Anexo A. Sección Instituciones</i>	106
<i>INPESCA</i>	108
<i>Proceso General de Curtición</i>	120
<i>Planta Artesanal Dedicada a la Curtición de Pieles</i>	124
<i>Mapa de Nicaragua</i>	137
<i>Cronograma</i>	138