

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**ESTIMACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS
DE LA MADERA DE LOS TALLERES DE CARPINTERÍA DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO**

POR:

MIRNA GRISELDA RAMOS RUIZ

DIAGNÓSTICO

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS



CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

NOVIEMBRE 2013

**ESTIMACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS
DE LA MADERA DE LOS TALLERES DE CARPINTERÍA DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO**

POR:

MIRNA GRISELDA RAMOS RUIZ

IVETH YANIXA DAVILA AGUILAR, M.Sc.

Asesora Principal

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

NOVIEMBRE 2013



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE

PRACTICA PROFESIONAL SUPERVISADA

Reunidos en el salón de Producción Vegetal de la Universidad Nacional de Agricultura:
M. Sc. IVETH YANIXA DAVILA AGUILAR, M. Sc. GERARDO JAIR LAGOS,
M. Sc. JHONY LEONEL BARAHONA Miembros del jurado examinador de trabajo
de la P.P.S

LA estudiante **MIRNA GRISELDA RAMOS RUIZ** del IV año de Administración de
Empresas Agropecuarias presento su informe.

ESTIMACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MADERA DE LOS TALLERES DE CARPINTERÍA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO

El cual a criterio de los examinadores, _____ este
requisito para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas
Agropecuarias.

Dado en la ciudad de Catacamas, Olancho, a los veintisiete días del mes de noviembre
del año 2013.

M.Sc. IVETH YANIXA DAVILA AGUILAR
Asesor Principal

M.Sc. GERARDO JAIR LAGOS
Examinador

M.Sc. JHONY LEONEL BARAHONA
Examinador

DEDICATORIA

A **Nuestro Padre Celestial** por haberme llenado de deseos de superación, e iluminar siempre mí camino.

Muy especialmente a **mis dos amores que más amo**, mi esposo Dany Leonel Salgado y mi hija Andrea que han sido un fuerte apoyo a lo largo de este camino por el sacrificio que ellos hicieron para lograr llegar hasta el final.

A **mis padres** Gloria Ruiz, Antonio Ramos, **mis Suegros** Luz Marina Paz, José Blas Salgado por su apoyo constante en momentos que los necesite.

A **mi hermana y amiga** Martha Cáceres, gracias por apoyarme siempre y ayudarme y estar presente cuando más lo necesite.

A **mis hermanos** Santos Benítez, Leticia Benítez, Allan Ruiz, haberme apoyado económicamente y darme consejos cuando fueron necesarios.

A la **Universidad Nacional de Agricultura** por brindarme estudio y trabajo durante todo este tiempo.

AGRADECIMIENTOS

A mi Padre Celestial por haberme guiado e iluminado y darme la oportunidad de realidad mis sueños de superación.

A esposo Dany Leonel Salgado y mi hija Andrea por apoyarme en todo momento.

A toda mi familia padres, tíos, hermanos y suegros por su ayuda incondicional.

A mis asesores M.Sc. Iveth Yanixa Dávila, M.Sc. Gerardo Jair Lagos y M.Sc. Jhony Leonel Barahona por haberme apoyado, orientado y ayudado hasta la culminación de mi trabajo de investigación.

A mis amigos Martha Cáceres, Antonio Cáceres, compañeros de estudio y de trabajo por haberme apoyado incondicional en todo momento y darme palabras de aliento.

A los dueños de los talleres, y todas las empresas, organizaciones y personas particulares por su disposición y tiempo brindado para lograr realización esta investigación.

CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
LISTA DE CUADROS	vi
LISTA DE FIGURAS	vii
LISTA DE ANEXOS	viii
RESUMEN	ix
I INTRODUCCIÓN	1
II OBJETIVOS	2
2.1 Objetivo General	2
2.2 Objetivo Específicos	2
III REVISIÓN DE LITERATURA	3
3.1 Antecedentes de la investigación	3
3.2 Aprovechamiento del bosque en Honduras	4
3.2.1 Principales especies maderables, explotadas en Honduras	5
3.3 La actividad forestal industrial en Honduras	5
3.4 Industria de la madera	6
3.5 Comportamiento económico del sector forestal	7
3.6 Mercados y comercio forestal	8
3.7 Ebanistería o taller de Carpintería	8
3.7.1 Productos que oferta un taller de carpintería	8
3.8 Definiciones de Mercado	9
3.8.1 Mercado	9
3.8.2 Tipos de Mercado	9
3.8.3 Segmentación de mercado.....	10
3.8.4 Selección del mercado meta	11
3.8.5 Posicionamiento de mercados	11
3.9 Análisis de la oferta y demanda	11
3.10 Comercialización	15
3.11 Definición de bienes y servicios	16
3.12 Calidad y competitividad	16

3.12.1	Concepto e importancia de la calidad.....	16
3.12.2	La competitividad.....	17
IV	METODOLOGÍA	19
4.1	Ubicación de la investigación.....	19
4.2	Materiales y equipo	19
4.3	Método de investigación	19
4.4	Población.....	19
4.5	Métodos de selección de la muestra	20
4.6	Tamaño de la muestra	20
4.7	Fuentes de consulta	21
4.8	Variables a evaluar	21
4.8.1	El producto	21
4.8.2	La demanda.....	22
4.8.3	La oferta	22
4.8.4	El precio del producto.....	22
4.8.5	La comercialización.....	22
4.9	Tabulación y análisis de la información	23
V	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
5.1	Perfil del consumidor	24
5.1.2	Características del producto	24
5.1.3	Demanda de productos derivados de la madera	26
5.1.4	Oferta de productos derivados de la madera	30
5.1.5	Número de talleres de carpintería a existente en la ciudad de Catacamas	30
5.1.6	Aspectos generales de los talleres	31
5.1.7	Aspectos del personal humano y educación de los empleados de los talleres	32
5.1.8	Aspectos de infraestructura de los talleres	34
5.1.9	Aspectos de tecnología de los talleres de carpintería.....	37
5.1.10	Aspectos de producción y mercado de los talleres de carpintería.....	39
5.1.11	Aspectos legales y administrativos de los talleres	43
VI	CONCLUSIONES.....	45
VII	RECOMENDACIONES	46
VI	BIBLIOGRAFÍA.....	47
ANEXOS; ¡Error! Marcador no definido.	

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Principales especies maderables, explotadas en Honduras.....	5
Cuadro 2. Aserraderos por departamento al año 2010, en Honduras	7
Cuadro 3. Maquinaria Utilizada en los Talleres de Carpintería y Ebanistería.....	37
Cuadro 4. Productos elaborados por los Talleres de Carpintería y Ebanistería.....	40
Cuadro. 5 Especies Forestales, utilizadas en los talleres de carpintería.....	41

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ubicación del sitio de la investigación.....	18
Figura 2. Aceptación de los productos derivados de la madera.....	25
Figura 3. Frecuencia de compra de muebles de madera en la ciudad de Catacamas.....	25
Figura 4. Temporada de compra de muebles de madera en la ciudad de Catacamas.....	26
Figura 5. Tipos o diseños de muebles demandados los consumidores en Catacamas ..	27
Figura 6. Lugar de compra de muebles de madera en la ciudad de Catacamas.....	27
Figura 7. Calidad del servicio brindado en los lugares de compra	28
Figura 8. Especie forestal que prefieren los consumidores.....	29
Figura 9. Aspectos que valoran los demandantes al comprar sus productos.....	29
Figura 10. Preferencia de origen de los productos derivados de la madera.....	32
Figura 11. Antigüedad de servicio de los talleres de carpintería en Catacamas.....	31
Figura 12. Modalidad y género del personal que labora en los diferentes talleres.....	33
Figura 13. Nivel académico de los empleados de los talleres de carpintería	33
Figura 14. Antigüedad de las instalaciones de los talleres de carpintería	35
Figura 15. Estado de situación de las instalaciones de los talleres de carpintería.....	35
Figura 16. Material de las paredes de las instalaciones de los talleres de carpintería...	36
Figura 17. Material de los techos de los talleres.....	37
Figura 18. Conformidad de la maquinaria que poseen los talleres.....	37
Figura 19. Capital para la adquisición de la maquinaria e inicio de las operaciones....	39
Figura 20. Tipos de mercado con los que cuentan los talleres.....	40
Figura 21. Tipo de producción de los talleres de carpintería.....	41
Figura 22. Requisitos con los que cuentan los talleres para sus operaciones.....	44

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta perfil de consumidor.....	53
Anexo 2. Encuesta Perfil del Productor.....	55
Anexo 3. Sexo de las personas encuestadas.....	62
Anexo 4. Edad de las personas encuestadas.....	62
Anexo 5. Porcentaje de consumidores que compran muebles de madera.....	62
Anexo 6. frecuencia de compra de muebles de madera.....	62
Anexo 7. Temporada de compra de muebles de madera.....	63
Anexo 8. Tipos o diseños de muebles de madera que compran los consumidores.....	63
Anexo 9. Lugar de compra d muebles de madera.....	63
Anexo 10. Servicio brindado al momento de realizar la compra.....	64
Anexo 11. Especie forestal de preferencia por los demandantes.....	64
Anexo 12. Aspectos que valoran los demandantes al comprar sus productos.....	64
Anexo 13. Preferencia de origen de los productos derivados de la madera.....	65
Anexo 14. Numero de talleres que pertenecen a la asociación de Asmucal.....	65
Anexo 15. Años de servicio de los talleres de carpintería.....	65
Anexo 16. Nivel académico de los empleados de los talleres.....	65
Anexo 17. Antigüedad de las instalaciones de los talleres.....	66
Anexo 18. Estado de situación de las instalaciones de los talleres.....	66
Anexo 19. Necesidad de uso de mejor tecnología.....	66
Anexo 20. Listado de los talleres encuestados	67
Anexo 21. Fotografías aplicando las encuestas	70
Anexo 22. Fotografías de la industria de procesamiento de la madera.....	70

Ramos Ruiz M.G. 2013. Estimación de la oferta y demanda de productos derivados de la madera de los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas, Olancho Diagnóstico Lic. Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura, Catacamas, Honduras, C. A. 79 P.

RESUMEN

El trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Catacamas ubicada en el departamento de Olancho, el objetivo principal del estudio fue estimar los componentes de mercado, oferta y demanda de productos derivados de la madera en los talleres de carpintería. Para el levantamiento de la información se diseñó una metodología basada en el sondeo, utilizando la encuesta como fuente primaria para la recolección de los datos. También se contó con información proporcionada por diferentes instituciones de la localidad y de personas especialistas y conocedoras del tema para lograr un estudio adecuado de este sector, se diseñaron dos tipos de entrevistas de acuerdo a la información que se requería (consumidores demandantes, carpinterías ofertantes), las cuales identificaron la gran aceptación de los productos de madera, la frecuencia de adquirir sus muebles de una vez al año, donde realizan sus compras se encuentran las casas comerciales con un 47%, los tipos y diseños son variados y la especie forestales preferida por los consumidores se encuentra la caoba (*Swietenia macrophylla*). En el escenario de las carpinterías se estudiaron 72 en total que corresponden al 100% de la muestra, este sector forestal transformadores de la madera es de mucha importancia para el desarrollo de la ciudad ya que proporciona el sustento diario de muchas familias proporcionando 214 plazas laborales la situación en la que se encuentran los diferentes talleres en la actualidad no son tan favorables ya que son pocos los que se encuentran funcionando totalmente y una minoría con menos producción, por la competencia de las casas comerciales y negocios americanos que operan en la ciudad, se recomienda que las autoridades del sector forestal y organismo de la población de Catacamas, le den un mayor fomento al valor agregado a la transformación de la madera para que se mantengan de manera permanente plazas laborales y mejorar el desarrollo económico de la ciudad de Catacamas.

Palabras claves: Carpintería, especie forestal, mercado, derivados de la madera.

I INTRODUCCIÓN

La cultura, la tradición y la economía de Honduras tienen sus bases en la agricultura y la ganadería, no obstante que la vocación natural de la mayor parte del suelo es forestal; las cifras oficiales señalan que el 87 % del territorio nacional corresponde a esta clasificación. Se estima que la industria manufacturera de madera primaria y secundaria genera anualmente 70,000 empleos directos y 173,000 empleos indirectos. Los recursos forestales son determinantes para la economía de Honduras según datos del Banco Central de Honduras, ya que su participación en el PIB fluctúa entre 6%-10% (BCH 2010, ICF 2011).

Una de las principales fuentes de empleo que existen en la ciudad de Catacamas y en el departamento de Olancho, son los pequeños talleres de carpintería ya que cada uno de ellos genera más de cinco plazas laborales, que funcionan como un tanque de oxígeno para la economía, por lo que conociendo la necesidad de fortalecer la industria del sector forestal, se presenta este diagnóstico con el objetivo de estimar la oferta y demanda identificar problemas y potenciales áreas de desarrollo a nivel local.

La investigación se enfocó en conocer y cuantificar el mercado local de productos derivados de la madera en los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas, Olancho, con el objetivo de analizar la oferta y demanda. El método que se utilizó en la estimación de oferta y demanda es el descriptivo no experimental y la investigación transversal ya que el trabajo implica la recolección de datos haciendo un corte en el tiempo, por medio de la recolección de información primaria y secundaria, esta se realizó mediante la aplicación de encuestas dirigidas a consumidores de productos derivados de la madera y productores, para determinar variables como ser; el producto, oferta, demanda, precios de los productos y comercialización.

II OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

- Estimar la oferta y demanda existente de productos derivados de la madera en los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas, Olancho.

2.2 Objetivo Específicos

- Determinar el número de talleres de carpintería ofertantes de productos derivados de la madera en la ciudad de Catacamas.
- Conocer las diferentes especies forestales utilizadas en los talleres de carpintería, resaltando las preferencias de consumo de los habitantes de la ciudad de Catacamas.
- Describir los diferentes tipos y diseños de productos derivados de la madera que se fabrican y se comercializan en los talleres de carpintería en la ciudad de Catacamas.

III REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Antecedentes de la investigación

La Administración Forestal del Estado-Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal (AFE/COHDEFOR), a través de la Región Forestal de Atlántida, que comprende los departamentos de Atlántida, Colon, Yoro, Islas de la Bahía y parte de Olancho, ha realizado encuestas a talleres e industrias que trabajan principalmente con especies de maderas tradicionales y no tradicionales, con el objetivo de llevar un control de entradas y salidas de madera.

Dentro de este estudio se realizó un análisis de las pequeñas y medianas empresas (PyME) del sector forestal transformador de la madera localizadas en San Pedro Sula y Siguatepeque, Honduras. El objetivo fue determinar sus actividades y desempeño actual con base en una encuesta aplicada a 104 PyME. Las áreas investigadas incluyeron clientela, mercados servidos, actividades de exportación y mezcla de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza). También se presenta información de canales de distribución, materia prima utilizada y problemas encontrados. En general, las empresas encuestadas presentaron muchas debilidades. Las ventas promedio anuales, en muchos de los casos, no son atractivas y reflejan la situación actual de bajos niveles de ingresos. Se discute la falta de un enfoque orientado hacia el mercado por parte de las empresas de San Pedro Sula y Siguatepeque y se propone la creación de redes cooperativas y alianzas estratégicas para promover el desarrollo de la industria (Mejía 2003).

3.2 Aprovechamiento del bosque en Honduras

De acuerdo con el ICF (2009) los tipos de bosque aprovechados en Honduras son:

a) Bosque latifoliado, corresponde a formaciones boscosas de árboles de hoja ancha, como: paleta (*Dialium guianense*), Santa María (*Calophyllum brasiliense*), San Juan (*Vochysia guatemalensis*), Sangre Real (*Virola koschnyi*), Carreto (*Samanea saman*), Roble (*Quercus oleoides*), Caoba del Atlántico (*Swietenia macrophylla*), Caoba del Pacífico (*Swietenia humilis*), Macuelizo (*Tabebuia pentaphylla*), y otras que se encuentran distribuidos en todo el país, la gran mayoría de estas especies poseen buenas propiedades físico-mecánicas y potencial para la industria del mueble. Estos bosques se encuentran localizados en la región nor-oriental, en los departamentos de El Paraíso, Olancho, Gracias a Dios, Atlántida, Yoro y Colón (ICF 2009).

b) Bosque de coníferas, constituido por 7 diferentes especies de pinos, de las cuales tres son de utilidad en la industria maderera: Pino Costanero (*Pinus caribaea*), que se encuentra en la costa Atlántica, Islas de la Bahía y La Mosquitia hasta una altura de 800 msnm, Pino Ocote (*Pinus oocarpa*) que se encuentra en la parte central del país entre altura de 600 hasta 1200 msnm, Pinabete (*Pinus maximinoii*) encontrado en las montañas a alturas superiores a los 800 msnm y otras variedades de Pino de Altura (*P. tecunumanii*, *P. hartwegii*, *P. ayacahuite* y *P. pseudostrobus*) (ICF 2009).

c) Bosque de mangle. Pertenece a los ecosistemas costeros y zonas de inundación por efecto de las mareas, Está conformado por 6 especies: Mangle Rojo (*Rhizophora mangle*), Mangle Blanco (*Rhizophora racemosa*), Mangle Blanco (*Avicennia germinans*, *A. bicolor*), Mangle Botoncillo (*Laguncularia racemosa*) y Mangle Negro (*Conocarpus erectus*). Estas especies son importantes para la industria salinera, construcción rural y la acuicultura (ICF 2009).

3.2.1 Principales especies maderables, explotadas en Honduras

Cuadro. 1 Principales especies maderables, explotadas en Honduras

Especie	%
Pino (<i>Pinus</i> spp.)	33
Cedro (<i>Cedrela odorata</i>)	22
Caoba (<i>Swietenia macrophylla</i>)	20
Varillo (<i>Symphonia globulifera</i>)	9
Caobina (<i>Tapirira guianensis</i>)	7
San Juan (<i>Vochysia</i> spp.)	5
Laurel (<i>Cordia alliodora</i>) y Granadillo (<i>Dalbergia</i> spp.)	2

Fuente: AFE-COHDEOR (2011).

Según la AFE-COHDEFOR estas especies están en el grupo No.6 de especies en peligro de extinción por lo que su aprovechamiento no es permitido legalmente (AFE-COHDEFOR 2011).

3.3 La actividad forestal industrial en Honduras

La industria forestal ha sido históricamente una de las más importantes generadoras de divisas de Honduras, principalmente por concepto de exportación de madera en troza y aserrada; muebles y sus partes; otros productos de madera tales como palos de escoba, nasas de pesca para langostas, estacas y postes; resinas, trementina y sus derivados y semillas forestales (Escobar 2010).

La industria forestal en Honduras es poco diversificada y se basa exclusivamente en madera sólida. La gran mayoría de la industria primaria está conformada por 136 aserraderos con muy poca actividad de valor agregado y además de una industria transformadora, incipiente de productos con valor agregado. La mayor parte de la industria está ubicada en los bosques de pino de Francisco Morazán, Olancho, Yoro y con menor relación en Comayagua y Cortés. En la transformación secundaria, existen más de 1,500 industrias, incluyendo pequeños talleres de ebanistería (ICF 2011).

En el caso de las industrias forestales en el sector agroforestal consideradas bajo las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) las condiciones son un poco diferenciadas. La falta de acceso a financiamiento, limitaciones al entorno y poco acceso a los recursos y mecanismos de apoyo a la productividad pueden considerarse como los principales obstáculos en un adecuado aumento de la productividad. La informalidad, una reducida visión empresarial y la baja capacidad gerencial también han sido identificadas como escollos que tiende a ser menos competitiva las pequeñas y medianas empresas (AFE-COHDEFOR 2007).

3.4 Industria de la madera

Según Barahona (2001) la industria maderera es el sector de la actividad industrial que se ocupa del procesamiento de la madera, desde su plantación hasta su transformación en objetos de uso práctico, pasando por la extracción, corte, almacenamiento o tratamiento bioquímico y moldeo. El producto final de esta actividad puede ser la fabricación de mobiliario, materiales de construcción o la obtención de celulosa para la fabricación de papel, entre otros derivados de la madera.

a) Industria Primaria

Se denomina industria primaria a la que hace el aprovechamiento inicial de los recursos forestales, llevando a cabo el corte en el bosque y su posterior aserrado. La producción actual de esta industria se concentra especialmente en tablas y tablones, productos de muy escaso valor agregado, que sin embargo resultan ser uno de los principales generadores de divisas para Honduras (Pratt 2000).

b) Industria Secundaria

La industria secundaria es la que manufactura productos de valor agregado para diferentes mercados nacionales y de exportación. Muchas de las empresas que operan en este segmento se encuentran integradas a los aserraderos que hacen la transformación

primaria. Los cuales se distribuyen entre muebles, palos de escoba, postes y otros productos (Pratt 2000).

3.5 Comportamiento económico del sector forestal

Los recursos forestales son determinantes para la economía de Honduras ya que su participación en el PIB fluctúa entre 6% -10%, según datos del Banco Central de Honduras (BCH 2010) es de considerar que entre los aportes más relevantes de la actividad forestal figura la generación de más de 70 mil empleos directos y 173 mil empleos indirectos. En el país existen 136 empresas o industrias forestales primarias. A nivel de la transformación secundaria, se estima que existen más de 1,500 industrias (ICF 2011).

En cuanto al potencial para la generación de valor agregado, el ICF registra que del total de madera aserrada, el cual es de 177 millones de pies tablares producida entre los años 2006-2010, el 60% fue destinado al consumo del mercado interno y 40% a la exportación, ésta última consistente en muebles, partes de muebles, madera escuadrada, tablas, tablones, palillos y otros (ICF 2011).

Cuadro. 2 Aserraderos por departamento al año 2010, en Honduras

DEPARTAMENTO	CANTIDAD DE ASERRADEROS	PRODUCCIÓN	
		Pies tablares (Miles)	%
CHOLUTECA	7	1,147.60	0.7
COMAYAGUA	16	7,827.90	4.6
COPÁN	3	411.4	0.2
CORTÉS	7	6,532.40	3.9
EL PARAÍSO	6	7,093.40	4.2
FCO. MORAZÁN	35	77,327.50	45.6
INTIBUCÁ	5	1,199.80	0.7
LA PAZ	2	318.3	0.2
SANTA BÁRBARA	7	2,562.60	1.5
OLANCHO	24	45,093.40	26.6
YORO	24	19,907.50	11.8
TOTAL	136	169,421.80	100.00

Fuente: AFE-COHDEFOR (2011).

3.6 Mercados y comercio forestal

El tipo de producto forestal de exportación más importante sigue siendo la madera aserrada. Su importancia relativa se ha mantenido en los últimos veinte años lo que permite en cierta manera mantener el nombre del país dentro de ese mercado. A diferencia de la tendencia general, la tendencia para madera aserrada es ligeramente descendente en los últimos tres años debido a la presencia de madera proveniente de Chile. Otro producto que ha ganado participación son las estacas que son utilizadas para varios fines especialmente en el mercado norteamericano (AFE-COHDEFOR 2007).

3.7 Ebanistería o taller de Carpintería

Carpintería fina de taller, que comprende la producción de todos los elementos necesarios en la fabricación de muebles o elementos decorativos, así como su ensamblaje y acabado. Se caracteriza por la adecuada elección de las especies y su perfecto acabado, tanto en uniones como en superficies.

En general, la mayoría de los talleres de carpintería y ebanistería en pequeña escala de los países en desarrollo son de propiedad y explotación familiar y emplean menos de 10 trabajadores fijos, normalmente miembros de la familia. La cabeza de familia es normalmente el empresario y, la mayoría de las veces, comenzó su carrera como fabricante artesanal de muebles y ebanistería (Álvarez 2006).

3.7.1 Productos que oferta un taller de carpintería

Una ebanistería o taller de carpintería oferta una variedad de productos derivados de la madera: por ejemplo Comedores, Chineros, Juegos de sala, Camas, Mesas de noche, Closet, Cómodas, Carrocerías, Puertas, Ventanas y otros (Álvarez 2006).

3.8 Definiciones de Mercado

3.8.1 Mercado

Gómez (2004) define mercado como el área geográfica en la cual concurren compradores y vendedores de una mercancía para realizar transacciones comerciales: comprar, vender a un precio determinado. Además como grupo de personas más o menos organizados en constante comunicación para realizar transacciones comerciales.

Relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios, ámbito dentro del cual las relaciones de oferta y demanda concurren para la fijación de un precio (Meléndez 2002).

3.8.2 Tipos de Mercado

Según Gómez (2004) diferencia los siguientes tipos de mercado:

a) Mercado de competencia perfecta

Se define como el mercado en el que existe un gran número de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio, por lo que no se puede influir en el precio debido a su gran tamaño. En este tipo de mercado, el bien o servicio es homogéneo y existe perfecta movilidad de recursos.

b) Mercado de monopolio

Se define el monopolio como un solo vendedor, oferente o productor de un bien o servicio determinado, para el cual no es posible encontrar un bien sustituto inmediato. Igualmente se puede considerar a un monopolio como la forma de mercado en la cual existe una sola empresa que vende o comercializa una mercancía que a su vez ocupa un

mercado previamente segmentado, y cuya demanda no puede ser satisfecha, sino solo por el mismo producto en sí.

c) Mercado de competencia monopolística

Este tipo de mercado se caracteriza por la existencia de varios monopolios ofreciendo productos con ligeras diferencias tanto en precio como en la calidad. Esta clase de mercado ofrece grandes restricciones tanto de entrada como de salida (Gómez 2004).

d) Mercado oligopólico

Mercado en el que la mayor parte de las ventas las realizan pocas empresas, cada una de las cuáles es capaz de influir en el precio de mercado con sus propias actividades. Al existir muchos compradores y muchos vendedores de productos, los mismos que deben ser indiferentes respecto a quién comprar o vender; conocer las condiciones del mercado; es decir, los vendedores conocen lo que los compradores están dispuestos a pagar por sus productos, mientras que los demandantes saben a qué precios los oferentes desean vender, permitiendo con esto que se de movilidad de recursos, sin que nadie pueda dominar el mercado.

3.8.3 Segmentación de mercado

Kotler y Armstrong (1998) definen la segmentación de mercado como la división de mercados en grupos definidos de compradores con diferentes necesidades, características y comportamientos. Para dividir un mercado se tiene que preparar para cada segmento perfiles y cada una de las necesidades para el segmento en gestión para poder identificar dichos perfiles se consideran ciertas variables que son: geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales. La diferencia podría radicar en sus deseos, recursos, ubicación, actitudes de compra o prácticas de compra. Mediante la segmentación de mercados, las compañías dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños a los que se puede llegar de manera más eficaz con productos y servicios adaptados a sus necesidades singulares.

3.8.4 Selección del mercado meta

Según Kinneer y Taylor (1998) la planeación de mercadotecnia de la organización comienza con la decisión de sus metas de mercado. Una vez que se establecen las metas, el siguiente paso en el proceso de planeación estratégica consiste en seleccionar y analizar los mercados metas de la organización. Un mercado meta es un grupo de clientes hacia el que la organización trata de orientar su esfuerzo de mercadotecnia.

3.8.5 Posicionamiento de mercados

El posicionamiento de un producto es la forma en que éste está definido por los consumidores en relación con ciertos atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa en su mente en comparación con los competidores. Los consumidores están saturados de información sobre productos y servicios, y no pueden hacer una nueva evaluación cada vez que tienen que decidirse por alguno. La posición de un producto es el complejo conjunto de percepciones, impresiones y sensaciones que provoca en el consumidor cuando éste lo compara con otros (Kinneer y Taylor 1998).

3.9 Análisis de la oferta y demanda

3.9.1 Demanda

Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores, individual o colectivamente están dispuestos y en condiciones de adquirir en función de los diferentes niveles de precios posibles, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado. Está determinada por una función sencilla donde la cantidad demandada se constituye en una variable dependiente del precio, ingreso de los compradores, gastos de los compradores y precio de los bienes sustitutos y complementarios (Gómez 2004).

La demanda es la cantidad de mercancías que pueden ser comprada a los diferentes precios por un individuo o por el conjunto de individuos de una sociedad (Meléndez 2002).

Kinnear y Taylor (1998) definen los factores que afectan la demanda de un bien o servicio los cuales son:

a) Gusto de los consumidores

Cuando la demanda de un bien aumenta sin importar cuál es su precio, la causa puede ser: un cambio en los gustos de los consumidores, un cambio en la moda.

b) Tamaño de la población

El aumento o disminución en la cantidad de la población, indica un aumento o disminución de posible consumidores.

c) Distribución del Ingreso

Los cambios en el ingreso de los consumidores provocarán desplazamiento de la curva de demanda ya que, la capacidad de compra de ellos está determinada por el nivel de ingresos que perciben periódicamente.

d) El precio de otros bienes

Si se producen variaciones en los precios de bienes relacionados, pueden provocarse cambios en la demanda del bien.

e) Expectativas de variación de precios

Las expectativas de aumento o disminución de precios provocan desplazamiento en la curva de demanda. Así pues cuando los consumidores suponen que aumentara el precio de un determinado bien su demanda aumentara. En cambio si la expectativa es que el precio baje su demanda disminuirá.

Ley de la demanda

Siempre y cuando las condiciones no varíen el ingreso de los consumidores, precio de los bienes complementarios y sustitutos, distribución del ingreso, tamaño de la población, la cantidad que se demande de un bien en el mercado, varía en razón inversa de su precio. Esto quiere decir que, cuando los precios disminuyen, la cantidad demandada aumenta y, cuando los precios aumentan, la cantidad demandada disminuye; hay una relación inversa entre el precio y cantidad demandada (Meléndez 2002).

3.9.2 Oferta

Se define como las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado, función de diferentes niveles de precios posibles, durante determinado periodo de tiempo (Meléndez 2002).

La oferta es la cantidad de mercancía que puede ser vendida a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad (Meléndez 2002).

Kinnear y Taylor (1998) definen los factores que afectan la oferta de un bien o servicio los cuales son:

a) Variación en los precios de los factores productivos o insumos

Una disminución en el precio de los factores productivos bienes o servicios necesarios para fabricar otros bienes provocará una disminución en el costo de los bienes que se elaboran y, en consecuencia, los productores están en condiciones de ofrecer mayor cantidad de bienes a un mismo precio.

b) Cambios y avances tecnológicos

A medida que se producen innovaciones tecnológicas me permiten reducir la cantidad de factores productivos para fabricar un bien o prestar un servicio o incrementar la cantidad de bienes producidos.

c) Expectativas de variación de los precios de mercado

Por lo tanto que es lo que más o menos está ocurriendo con los demás productores o suministradores que suban o tengan una baja en sus precios.

d) Disposiciones gubernamentales

La aplicación de impuestos que afectan el precio de los bienes, la aplicación de franquicias, la imposición de precios máximos o mínimos son ejemplos de disposiciones gubernamentales.

Ley de la oferta

Siempre y cuando las condiciones no varían costo producción y nivel tecnológico, la cantidad que ofrezca de un bien en el mercado varía en razón directa de su precio. Esto quiere decir que, cuando los precios aumentan, las cantidades ofrecidas también se

incrementan y, cuando los precios disminuyen, las cantidades ofrecidas se reducen hay por lo tanto una relación directa entre precios y cantidad ofrecida (Meléndez 2002).

3.10 Comercialización

Es la cantidad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con el beneficio de tiempo y lugar (Baca 1992).

Gómez (2004) conceptualiza comercialización como “el proceso mediante el cual el producto pasa de la finca o empresa donde se produce hasta las manos del consumidor final”.

3.10.1 Canales de comercialización

Los canales de comercialización son las distintas vías que sigue la madera desde que es aprovechada hasta que se presenta como producto elaborado en el mercado.

Según Meléndez (2002) los canales de distribución son las diferentes vías por las que circula el producto durante su comercialización.

3.10.2 Precios

Según Gómez (2004) es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o usar un producto o servicio. Históricamente se lograba llegar a un precio simplemente en un acuerdo entre vendedor y comprador en el cual el vendedor aumentaba el precio de tal manera que el comprador le regateara, hasta llegar a un punto en donde ambos quedaban satisfechos con el precio, este sistema opera todavía en los mercados informales de los países en desarrollo. Entre los factores que influyen en la fijación de los precios están los factores internos de la empresa y los factores externos.

3.11 Definición de bienes y servicios

3.11.1 Bienes

Según Gómez (2004) los bienes económicos, son aquellos que se adquieren en el mercado pagando por ello un precio. Es decir, bienes materiales e inmateriales que poseen valor económico y por ende susceptible de ser valuados en términos monetarios. En este sentido, el término bien es utilizado para nombrar cosas que son útiles a quienes las usan o poseen. En el ámbito del mercado, los bienes son cosas y mercancías que se intercambian y que tienen alguna demanda por parte de personas u organizaciones que consideran que reciben un beneficio al obtenerlos.

3.11.2 Servicios

Un servicio es la aplicación de un esfuerzo humano o mecánico a personas, animales u objetos, para satisfacer una necesidad”. Puede llevar o no soporte material. Los servicios son intangibles, no pueden percibirse por los sentidos, son perecederos y no se pueden almacenar. Están dominados por las características de la experiencia, siendo por lo tanto importante experimentarlos para poder evaluarlos (Gómez 2004).

3.12 Calidad y competitividad

3.12.1 Concepto e importancia de la calidad

La calidad es la capacidad que tiene un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad, confiabilidad, precisión, facilidad de operación, reparación y otros atributos apreciados. La calidad es un factor que rige todas las dimensiones de la producción y comercialización de los productos (Gómez 2004).

3.12.2 La competitividad

Es la capacidad de las empresas de vender más productos o servicios y de mantener, o aumentar, su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades.

Una empresa es competitiva cuando puede producir productos y servicios de calidad superior y a costos inferiores que sus competidores nacionales e internacionales. La competitividad es sinónimo del desempeño de rentabilidad de una empresa en el largo plazo y de su capacidad para remunerar a sus empleados y generar un mayor rendimiento para sus propietarios (Meléndez 2002).

Según Meléndez (2002) se denomina ventaja competitiva al valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la provisión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que la empresa les proporciona.

IV METODOLOGÍA

4.1 Ubicación de la investigación

El área se encuentra ubicada en la zona oriental de Honduras, en el departamento de Olancho, municipio de Catacamas, ubicada a $14^{\circ}50'57''$ latitud norte y longitud $85^{\circ}53'39''$ oeste, altitud promedio de 442 msnm (Fiallos 2008).

El estudio se realizó entre los meses de Agosto a Noviembre del 2013, el municipio de Catacamas cuenta con una extensión territorial de 7,228.5 km², con un clima cálido húmedo y vegetación de bosque, ubicada en un valle a 489 msnm, con una temperatura mínima de 25°C y máxima de 30°C. Cuenta con una precipitación anual 1,343.3 mm/año, y su población es en promedio de 119,344 habitantes con una población urbana de 52,200 habitantes y una densidad poblacional de 15.74 hab/km² (ADEL Catacamas 2013).



Figura 1. Ubicación gráfica del área de estudio, Catacamas, Olancho

4.2 Materiales y equipo

Los materiales y equipo que se utilizó para el desarrollo del estudio son los siguientes:

- Lápices
- Papel bond
- Libreta
- Computadora
- Fotocopiadora
- Impresora
- Motocicleta
- Modem
- Cámara
- Memoria portátil
- Encuestas

4.3 Método de investigación

Se utilizó el método de la investigación transversal ya que el trabajo implicó la recolección de datos haciendo un corte en el tiempo. Se empleó además el método descriptivo no experimental para analizar los eventos que ocurrieron en la estimación de la oferta y demanda de productos derivados de la madera, esta se realizó mediante la aplicación de encuestas dirigidas a consumidores (Anexo 1), también se aplicaron encuestas a los gerentes o propietarios de todos los talleres de carpintería que brindan estos servicios (Anexo 2), en la ciudad de Catacamas.

4.4 Población

En este estudio la población es finita y la dividimos en dos extractos de análisis, en primer lugar los consumidores finales específicamente la población urbana del municipio de Catacamas como fuente del estudio seleccionado para la estimación de la

demanda y en segundo lugar, los talleres de carpintería, como los actores centrales para estimar la oferta.

4.5 Métodos de selección de la muestra

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el métodos de selección aleatoria de la muestra, específicamente para los consumidores finales, de igual forma se utilizó el método de muestreo no probabilístico, de tal manera que se visitaron el 100% de todos los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas en este tipo de muestreo las unidades muestrales no se seleccionan al azar, sino que son elegidas por el responsable del estudio.

4.6 Tamaño de la muestra

Se tomó como población a los habitantes de la Ciudad de Catacamas que son aproximadamente 52,200 personas urbanas según datos de la Agencia de Desarrollo Económico local (ADEL) Catacamas (2013), ya que en esta zona brindan sus servicios los talleres de carpintería que se evaluaron. La muestra fue calculada con una población finita utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

Z= nivel de confianza del 95% que equivale a 1.96

N= total de la población en base a 52,200 habitantes.

P= proporción esperada 5% = 0.05

Q= (1-P) en este caso 1 - 0.05 = 0.95

d = precisión para la estimación de la muestra 3% = 0.03

n = tamaño de la muestra

Calculo del tamaño de la muestra para el presente estudio:

$$n = \frac{52,200 * (1.96)^2 (0.05) * (0.95)}{(0.03)^2 * (52,200-1) + (1.96)^2 (0.05) (0.95)} = \underline{\underline{202 \text{ personas encuestadas}}}$$

Se aplicaron 202 encuestas a los consumidores finales de la ciudad de Catacamas y también se aplicarán encuestas a los propietarios de todos los talleres de carpintería, que existen en los diferentes barrios (Anexo 3) dichas encuestas fueron aplicadas de forma individual a las personas que se encuestaron (Fernández 2002).

4.7 Fuentes de consulta

Se recolecto información existente y disponible en algunas instituciones como la Alcaldía Municipal de Catacamas, Cámara de Comercio e Industria de Catacamas (CCICAT), Servicios Múltiples Catacamas Limitada (Asmucal). Esta información ayudo para el desarrollo de este trabajo de investigación.

4.8 Variables a evaluar

Las variables que se evaluaron fueron las que determinaron el estudio de mercado, las cuales se desarrollaron de manera participativa con los actores involucrados por medio de las fuentes primarias y secundarias. A continuación se detalla los factores de estudio de cada una de las variables:

4.8.1 El producto

Mediante la aplicación de las encuestas, se midió el efecto que tiene el producto en la demanda y la oferta, en cuanto a sus características tangibles e intangibles y la percepción del consumidor, prestigio de la empresa, calidad y el servicio brindado. Y respecto al precio se identificó cual podría ser el posible comportamiento de estos ante el referido cambio.

4.8.2 La demanda

En el análisis de la demanda se evaluaron los hábitos y tendencias de compra de productos derivados de la madera, en los consumidores finales, en función de frecuencia y cantidad de consumo, tipos y diseños preferidos, se evaluaron los tipos de madera preferida por los consumidores para sus muebles, temporada de mayor consumo, cambios en el precio y población consumidora.

4.8.3 La oferta

Para la recolección de información referida a la oferta se aplicó una encuesta dirigida a los talleres de carpintería, orientada a estimar la cantidad de producto ofrecido por cada uno de ellos, las políticas de ventas, tipos de diseño ofrecido, el precio de venta y los canales de distribución para la comercialización, recurso humano, cobertura de mercado, tecnología, preferencia de las especies forestales y antigüedad de los talleres.

4.8.4 El precio del producto

Mediante la aplicación de las encuestas se estimó la influencia que tiene una disminución o alza en el precio de los productos derivados de la madera, tanto para la producción ofrecida por los productores, como para la cantidad demandada por los consumidores, identificando cual podría ser el posible comportamiento de estos ante el referido cambio.

4.8.5 La comercialización

El análisis de la comercialización se determinó en relación a la información obtenida de las encuestas, enfocando la atención en los canales de distribución utilizados por los productores para hacer llegar el producto al consumidor final.

4.9 Tabulación y análisis de la información

Luego de haber recolectado la información necesaria para desarrollar el trabajo por medio de la aplicación de las encuestas, los datos que se obtuvieron fueron tabulados y luego se realizó el respectivo análisis de estos utilizando el programa de Excel y el programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versión 18 para Windows. El análisis de los resultados se realizó en el transcurso del trabajo cuando se aplicaron todas las encuestas y de acuerdo con los datos obtenidos se realizó las respectivas conclusiones, recomendaciones y resultados de esta investigación.

V RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La información para este estudio se obtuvo mediante la aplicación de encuestas y entrevistas extensivas, se determinó la aceptación que tiene los productos derivados de la madera por parte de los pobladores en la ciudad de Catacamas, preferencias en los lugares de compra, especie forestal preferida, frecuencia de compra, tipos o diseños que más eligen los consumidores, y asimismo la oferta que tienen estos productos, se obtuvieron muchos datos relevantes del sector de la industria transformadora de la madera como ser antigüedad de los talleres, recurso humano, mercadeo y financiamiento, número de pies procesados mensuales; este sector representa mucha importancia para el desarrollo económico para la ciudad de Catacamas.

5.1 Perfil del consumidor

La mayoría de los consumidores encuestados son mujeres con 68% con edades entre 18 y 25 años, el estado civil de las personas con un 47% son casadas y con un 29% el nivel educativo de Secundaria, sus ingresos mensuales son inferiores a 8,000 Lempiras con el 40% (Anexo 3 y 4).

5.1.2 Características del producto

Según los resultados obtenidos durante el desarrollo del estudio se encontró que existe una considerable demanda de productos de madera, siendo esto de provecho para los comerciantes que se dedican al rubro (Anexo 1), asimismo se descubrió la frecuencia de compra de los consumidores, la cual la realizan una vez al año con un 45%, la cual sobresa le con un 85% solo cuando los necesita. Para poder satisfacer la necesidad de estos, seguidamente en la temporada de compra es la navidad con 11% ya que en esta temporada es donde se obtienen mayores ingresos (Figura 2, 3 y 4).

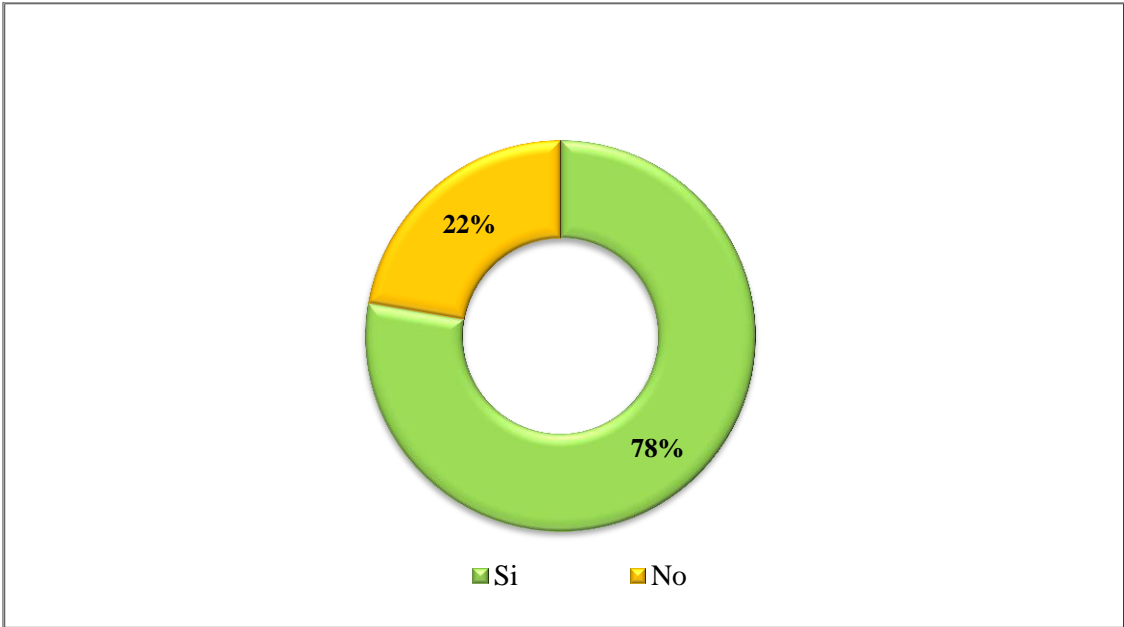


Figura 2. Aceptación de los productos derivados de la madera en la ciudad de Catacamas.

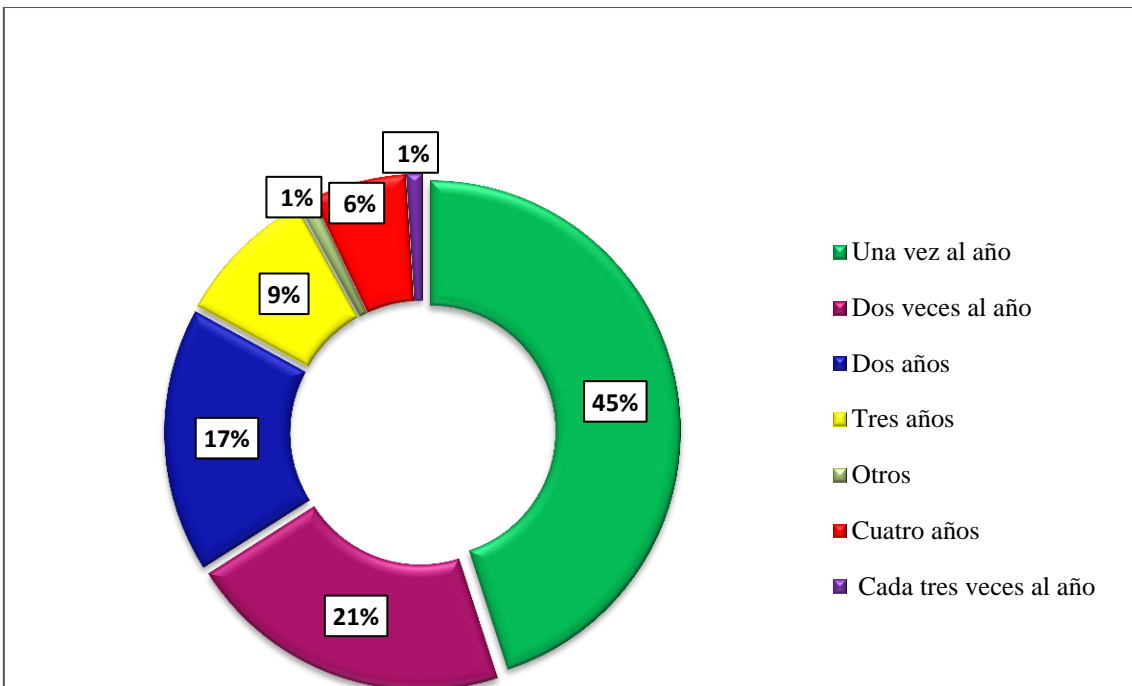


Figura 3. Frecuencia de compra de muebles de madera en la ciudad de Catacamas

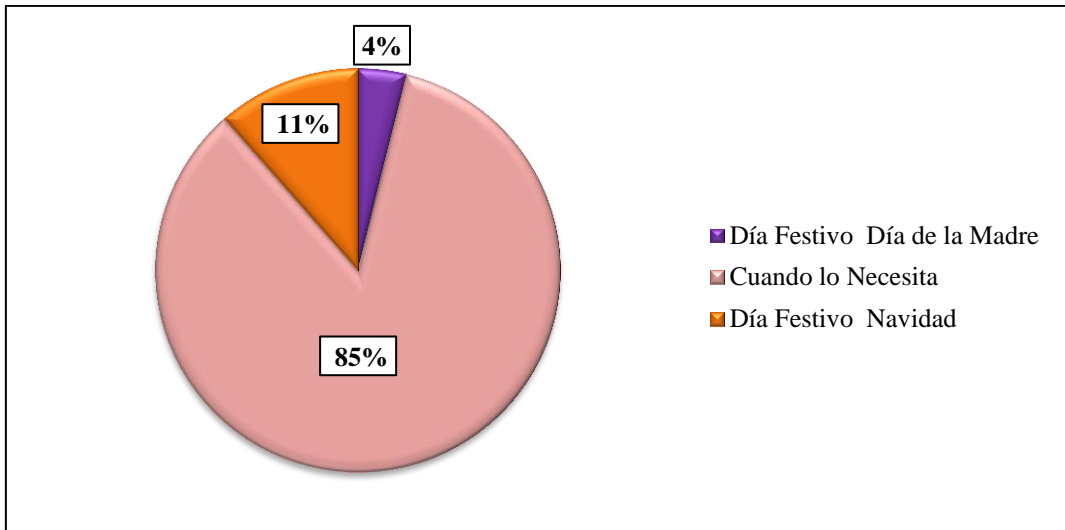


Figura 4. Temporada de compra de muebles de madera en la ciudad de Catacamas.

5.1.3 Demanda de productos derivados de la madera

Según los datos recopilados de la población de la ciudad de Catacamas se encontró cuáles son los tipos o diseños de muebles de madera que mayor demanda y aceptación tienen por parte de los consumidores y se observó que los muebles de cocina con un 17% son los más requeridos a diferencia de las cómodas 15 % respectivamente son las que prefieren (Figura 5). Es importante resaltar que lugar de compra que prefieren los consumidores las cuales son las casas comerciales con un 47%. Entre las razones porque realizan sus compras en ese lugar se debe a las formas de pago que éstas les brindan, y que ya están en exhibición y listos para comprar los muebles y no tienen que esperar para su elaboración (Figura 6).

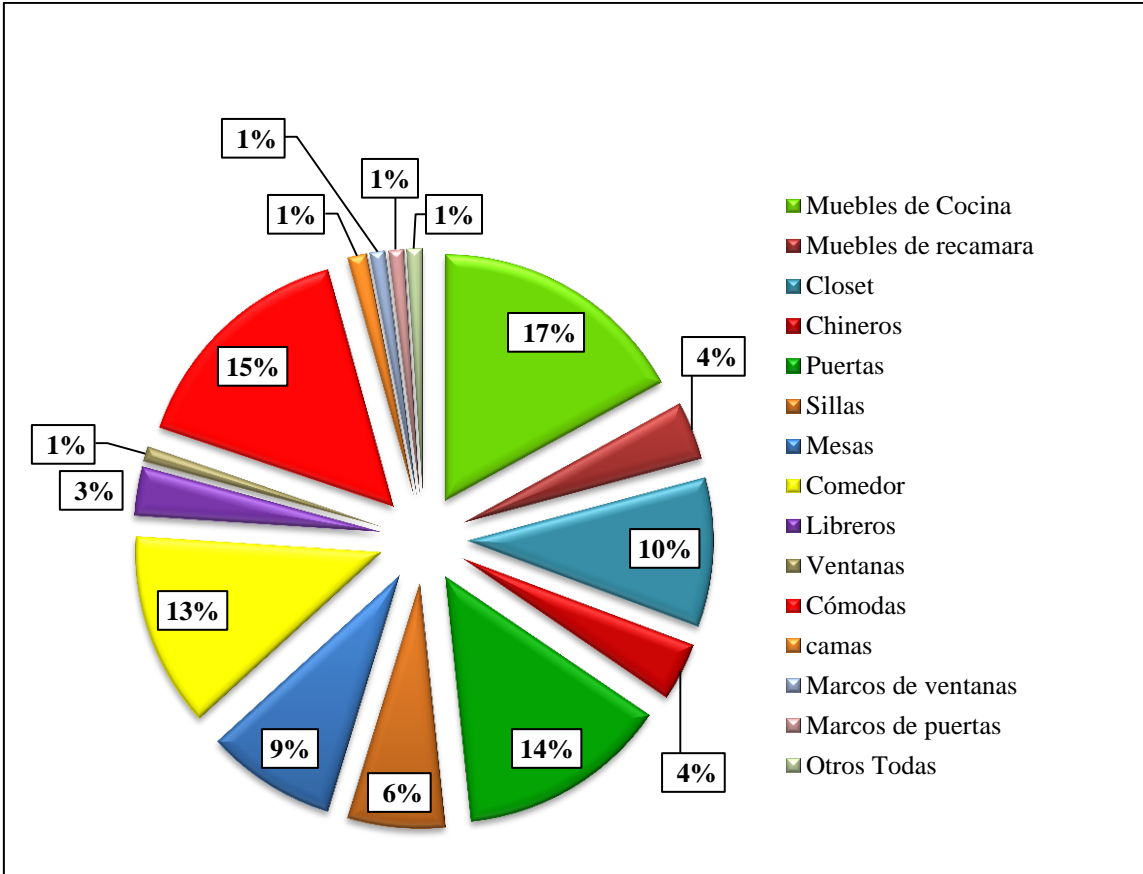


Figura 5. Tipos o diseos de muebles demandados por los consumidores en Catacamas.

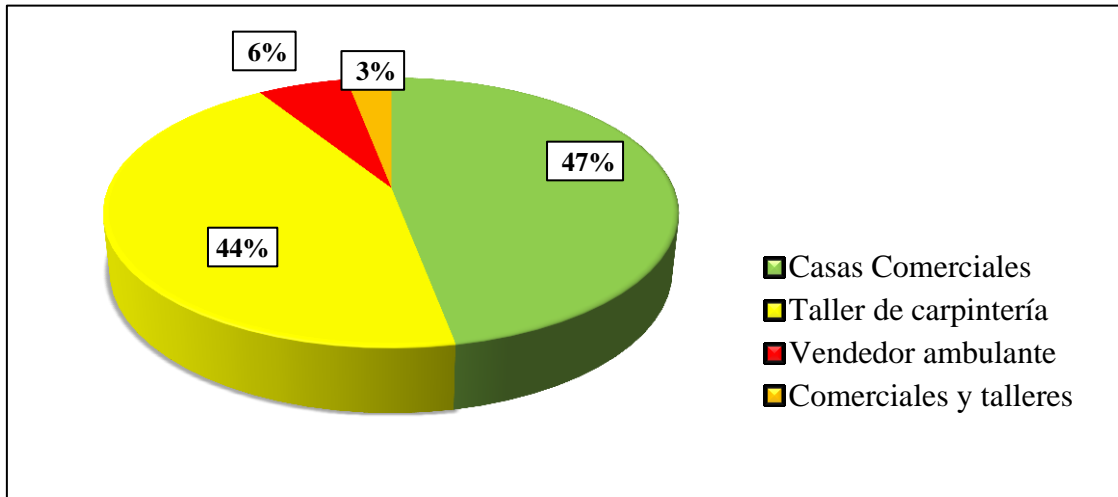


Figura 6. Lugar de compra de muebles de madera.

La poblaci6n demanda de la obtenci6n de buenos productos, en el caso particular de los productos derivados de la madera (Figura 7), la calidad del servicio brindado, se determin6 bajo la encuesta (Anexo 1) que 77% es bueno, porque les brindan buena atenci6n y buenos precios cuando se trata de las comerciales, en el caso de los talleres

consideran el servicio bueno por la calidad de madera, durabilidad de los muebles y la atención, sin embargo el 21% respondió que es regular ya que los cobros no los hacen de manera adecuada y que los productos no son de buena calidad, para cuando los compran en las comerciales; en el caso de los talleres es porque a veces no les realizan el producto solicitado como ellos lo pidieron y el 2% considero que es malo el servicio en las casas comerciales porque no los atienden bien ni los orientan en los precios y por la mala calidad de los productos en los talleres porque a veces se tardan mucho en la elaboración de los productos.

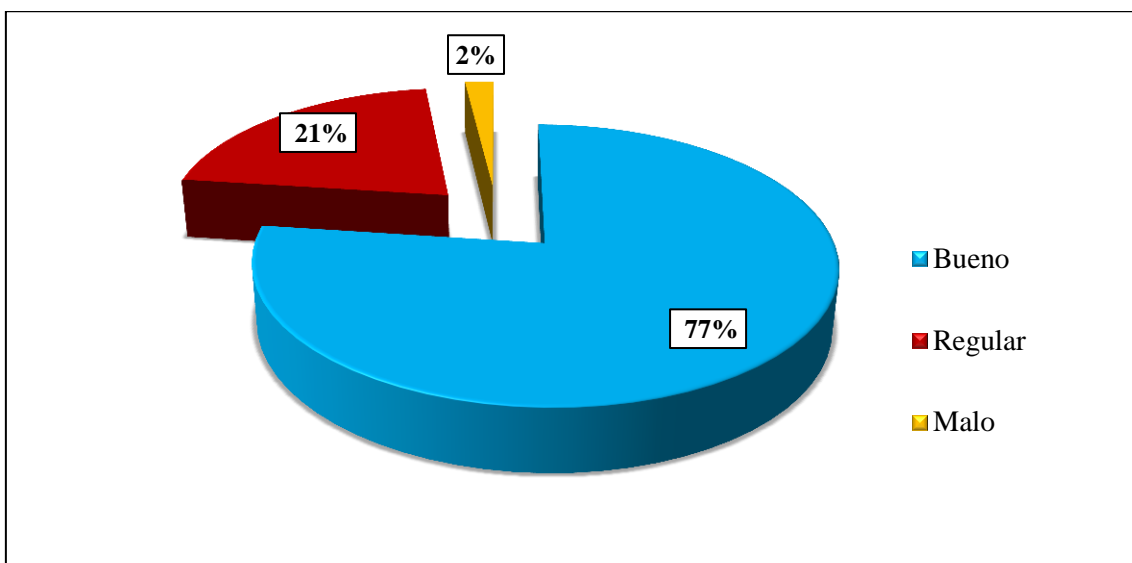


Figura 7. Calidad del servicio brindado en los lugares de compra.

La especie de madera muy apreciada por los consumidores es la caoba con un 62% pero con un alto precio de venta. Existe un mercado para la clase alta, media y clase baja dispuesto a pagar por su valor, por la calidad, color y durabilidad de esta especie, el pino considerado por los clientes con un 10% como un buen sustituto de la madera de color, por su bajo precio, uno de los aspectos considerados por los demandantes de productos derivados de la madera al momento de realizar sus compras es el precio del producto con un 20% seguidamente el acabado del mueble con un 20% y formas de pago con un porcentaje del 18% (Figura 8 y 9).

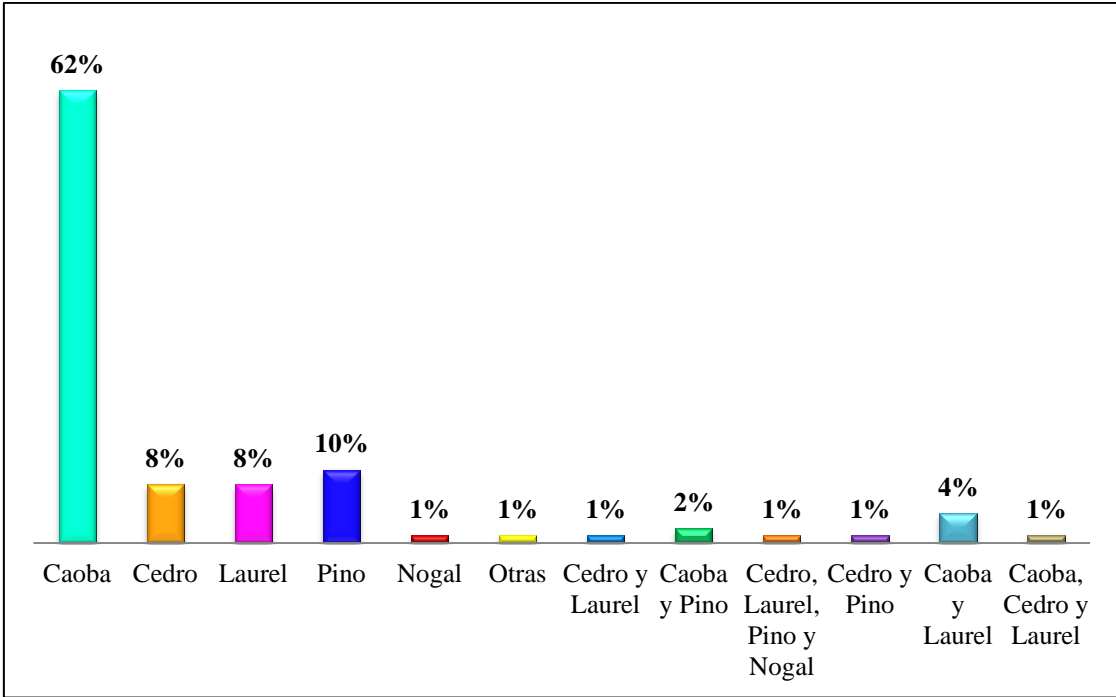


Figura 8. Especie forestal que prefieren los consumidores.

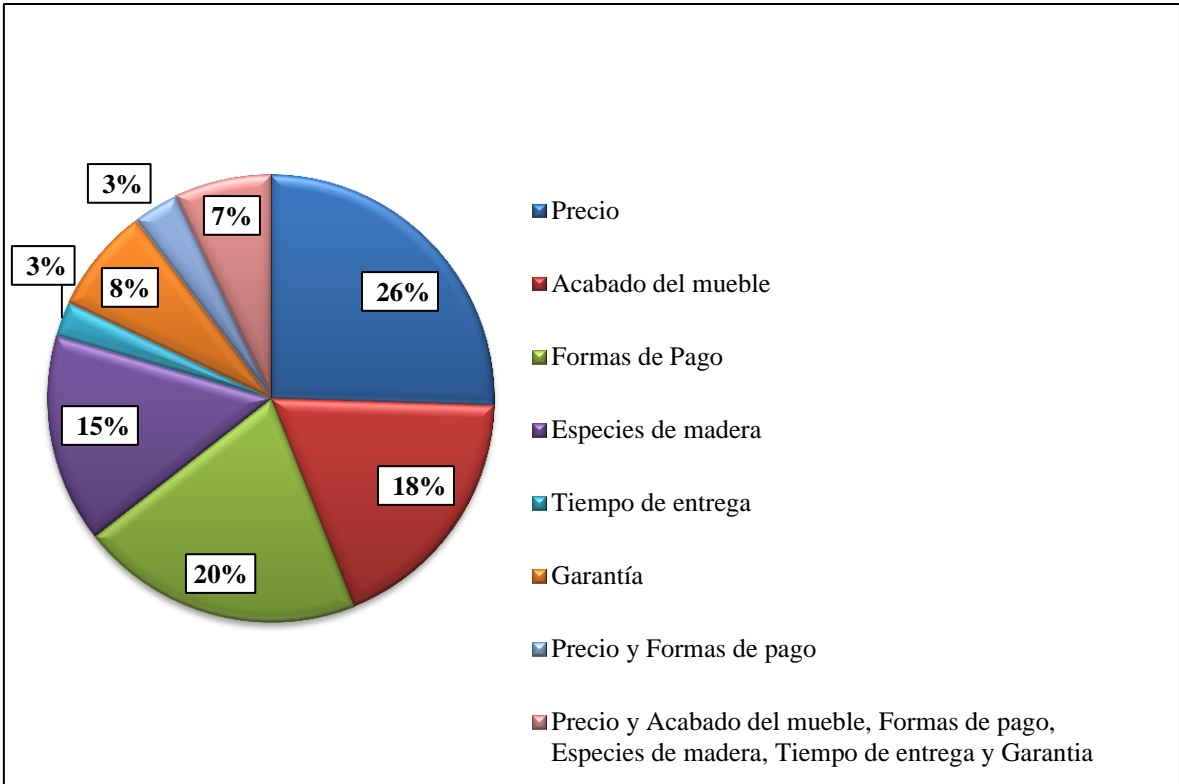


Figura 9. Aspectos que valoran los demandantes al comprar sus productos

De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes consumidores de productos de derivados madera de la ciudad de Catacamas, están dispuesto a comprar a una nueva empresa que se dedique a este rubro siempre y cuando brinden productos de calidad y a precios más cómodos y que les den la facilidades de pago al momento de adquirir el mueble, y la vez afirman preferir compra sus muebles de procedencia local con un 66% por la calidad que estos productos representan y también así poder apoyar la economía de la ciudad y contribuir a su desarrollo, el 91% que representan 143 encuestados desconocen si los talleres trabajan con madera de bosques manejados legalmente ósea no saben si la madera que utilizan en los talleres de carpintería la adquieren legalmente, mientras que el 9% contesto que la madera que utilizan es legalmente porque la compra en aserraderos que operan legalmente (Figura 10).

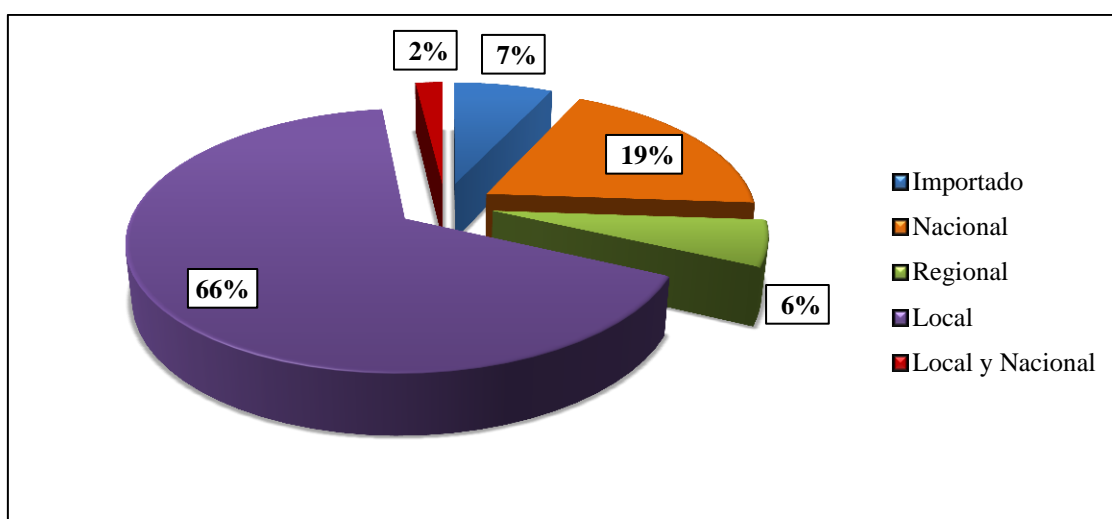


Figura 10. Preferencia de origen de los productos derivados de la madera

5.1.4 Oferta de productos derivados de la madera

5.1.5 Número de talleres de carpintería y ebanistería existente en la ciudad de Catacamas

A finales del año 2009 se estimaba que el número de talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas era de aproximadamente 90 talleres; este número se vio reducido considerablemente al momento de llevar a cabo esta investigación, los factores que

produjeron esta reducción se debe a competencia de las casas comerciales que existente en la ciudad, los cuales ofrecen a la población muebles con precios más cómodos ya que algunas veces estos muebles no son de madera de calidad como los que ofrecen los diferentes talleres de carpintería, y por la facilidades de pagos que vienen a sustituir a los producidos por los talleres de carpintería, se puede decir que este factor es el principal causante de la reducción del número de talleres, también se identificaron otros factores como ser la crisis economía que impera en nuestro país a partir del año 2009, y la competencia internacional que también ofrecen muebles de madera usados, la escases de la materia prima como ser la madera de forma legal.

De acuerdo a la información que se solicitó en diferentes organizaciones de la ciudad de Catacamas como ser la Municipalidad, Asmucal, personas particulares y conocedoras del tema se logró ubicar a 72 talleres de carpintería y ebanistería transformadores de la madera los cuales muestra que la industria de transformación representa una alta fuente de trabajo para la población, con 214 empleos directos.

5.1.6 Aspectos generales de los talleres

Los talleres de carpintería transformadores de la madera se encuentran ubicadas en diferentes barrios de la ciudad de Catacamas (Anexo 3), en total son 72 talleres solamente 22 propietarios pertenecen a la asociacion de carpinteros Asmucal, los 50 propietarios restantes no son asociados (Anexo 14).

Los resultados obtenidos en la investigación dicen que el 33% de los talleres tienen entre 0-5 años de estar al servicio de la ciudad de Catacamas, seguidamente con un 15% de 10-15 años los que tienen más de 30 años solamente son un 14% de los talleres (Figura 11).

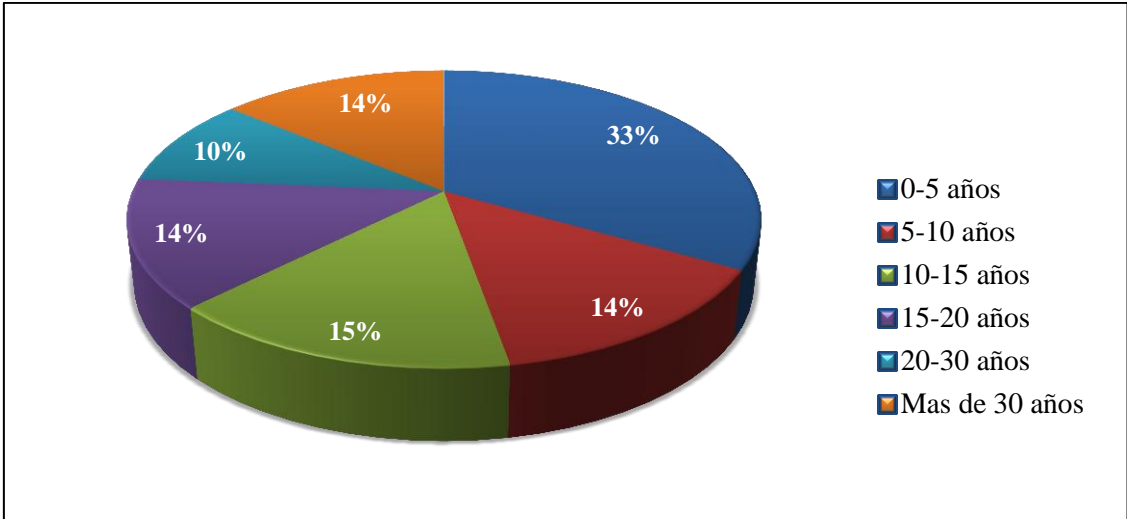


Figura 11. Antigüedad de servicio de los talleres de carpintería, de la ciudad Catacamas.

5.1.7 Aspectos del personal humano y educación de los empleados de los talleres

El resultado obtenido a través de la encuesta realizada al 100% de los talleres de carpinteros de la ciudad de Catacamas arrojó que el 83% de los empleados están contratados bajo la modalidad de permanentes y que un 17% se encuentra en estado de trabajador temporal, se encontró que por cada taller de carpintería se encontraba entre tres a seis trabajadores dando como resultado de 214 empleos directos en la industria transformadora de la madera, en cuanto al género de los empleados de los talleres de carpinterías, en su totalidad son hombres con un 99% y el sexo femenino solo ocupa el 1%, esto se debe a lo rústico y duro que representan las labores que se realizan en los talleres (Figura 12).

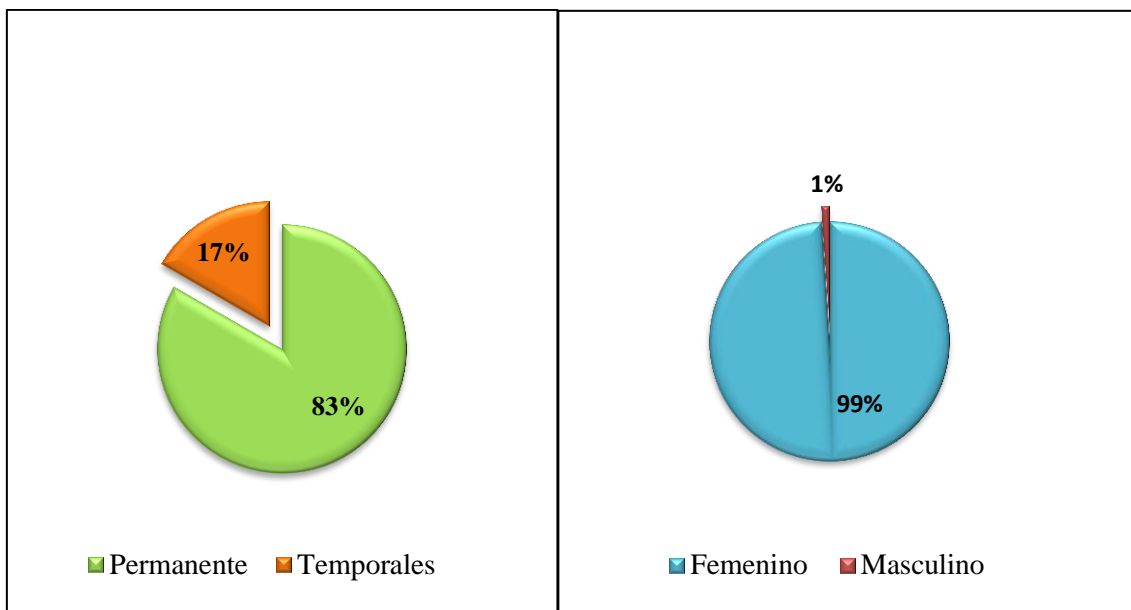


Figura 12. Modalidad y género del personal que labora en los diferentes talleres

El nivel académico que lograron aprobar el personal que labora en los diferentes talleres se encuentra: educación primaria 82%, los que lograron cursar la educación secundaria 12% y también se encontró que existen empleados que no lograron ningún nivel académico reflejado un 6%, se consultó si en la actualidad existen empleados estudiando lo cual se encontró que solamente un 1% realiza estudios universitarios. Los que lograron realizar sus estudios de nivel secundario recibieron su título de bachiller en ciencias y letras, bachiller técnico en computación y bachiller en comercio, no se encontró una persona con un grado académico superior a secundaria, y no se encontró en el personal un grado de técnico en carpintería, o con diplomado de Infop o algún colegio técnico, la mayoría de los empleados ha adquirido el conocimiento de ebanistas en los diferentes talleres de carpintería (Figura 13).

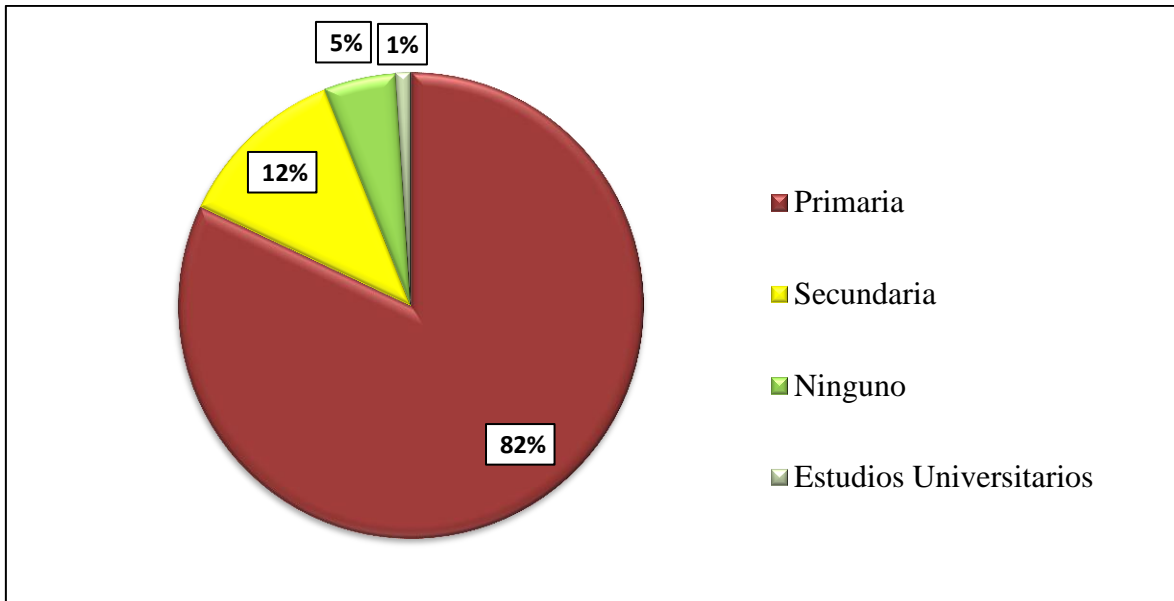


Figura 13. Nivel académico de los empleados de los talleres de carpintería, Catacamas.

5.1.8 Aspectos de infraestructura de los talleres

Se observó que la mayoría los talleres de carpintería y ebanistería, cuentan con instalaciones que se podrían clasificar como nuevas y otras no tan nuevas, según la información recabada se estimó que la antigüedad de las instalaciones de los talleres de carpintería tiene un rango desde 1-3 años (36%) más de 11 años de antigüedad de las instalaciones (32%). El 64% de los encuestados están conforme con sus instalaciones, y un 36% comentó que no, ya que no cuentan con áreas bien establecidas como ser: espacio suficiente, áreas para realizar sus procesos productivos, secado de los muebles, almacenamiento tanto para los muebles como para la materia prima; también se encontró que el 93% de los encuestados posee una infraestructura propia, mientras que el 4% es prestada por algún familiar y el resto (3%) alquila el terreno (Figura 14 y 15).

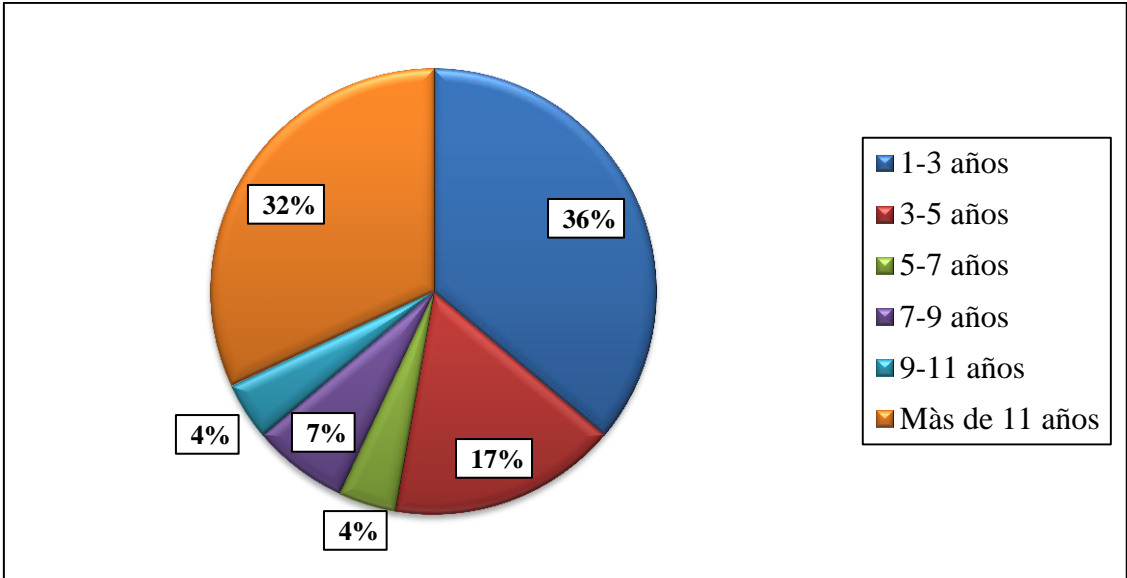


Figura 14. Antigüedad de las instalaciones de los talleres de madera, Catacamas.

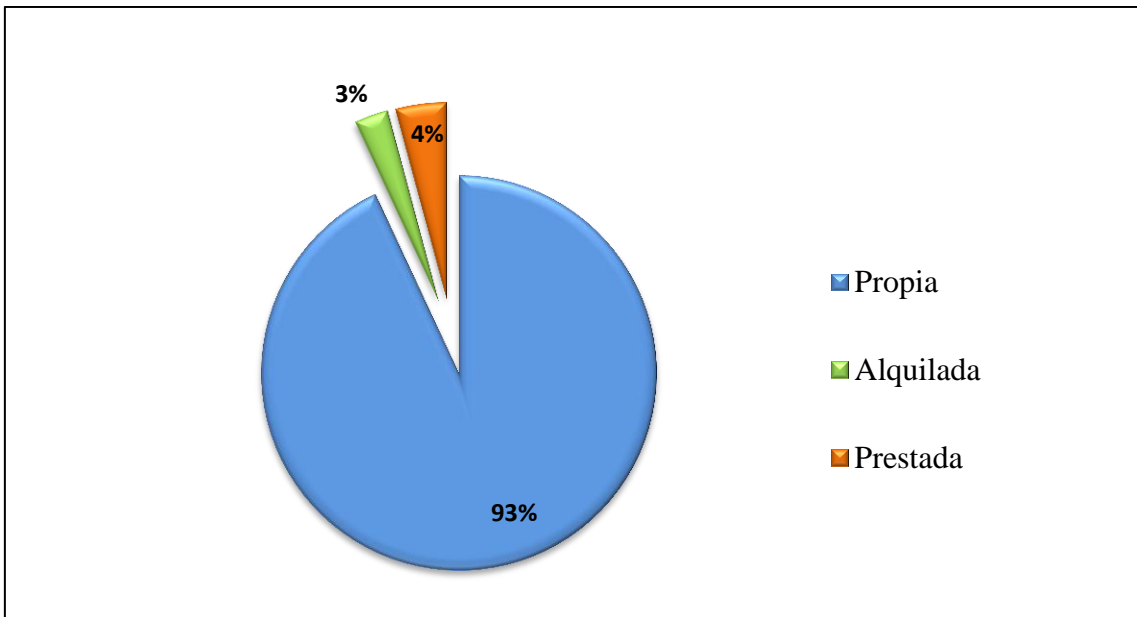


Figura 15. Estado de situación de las instalaciones de los talleres de carpintería

Las instalaciones de los talleres han sido construidas con diferentes materiales refiriéndose específicamente a las paredes, se observó que el 53% de ellas están construidas en galeras de madera, el 24% de bloque, las cuales tienen mayor cantidad de años de antigüedad, el 15% fueron elaboradas de ladrillo, un 5% las paredes son de adobe y el 3% fueron construidas de ladrillo y bloque, se observó que algunos talleres no se encuentran con la infraestructura adecuada ya que algunas son lo bastante antiguas

y al aire libre sin ninguna protección la mayoría con pisos de tierra, esto lleva a un atraso en el proceso de producción resulta muy incómodo la movilización de los empleados y para los clientes al visitar sus instalaciones y saber que los muebles no están en los lugares adecuados. Los detalles se resaltan en la Figura 16.

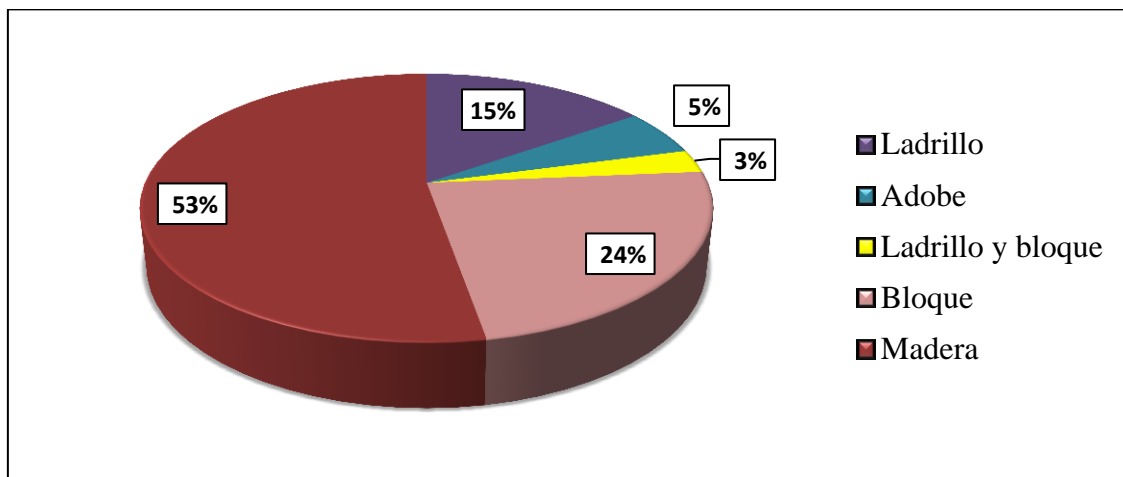


Figura 16. Material de las paredes de las instalaciones de los talleres de carpintería

Refiriéndose a los techos de los talleres se puede determinar que el 75% de ellos fueron elaborados de madera y teja, se observa que el 18% de canaleta láminas de alucín y el 7% restante fue construido de madera y teja, es importante manifestar que una parte de esos techos no están en buenas condiciones debido a que no se les brinda mantenimiento y en alguno de ellos es debido a la antigüedad de los mismos. (Ver Figura 17)

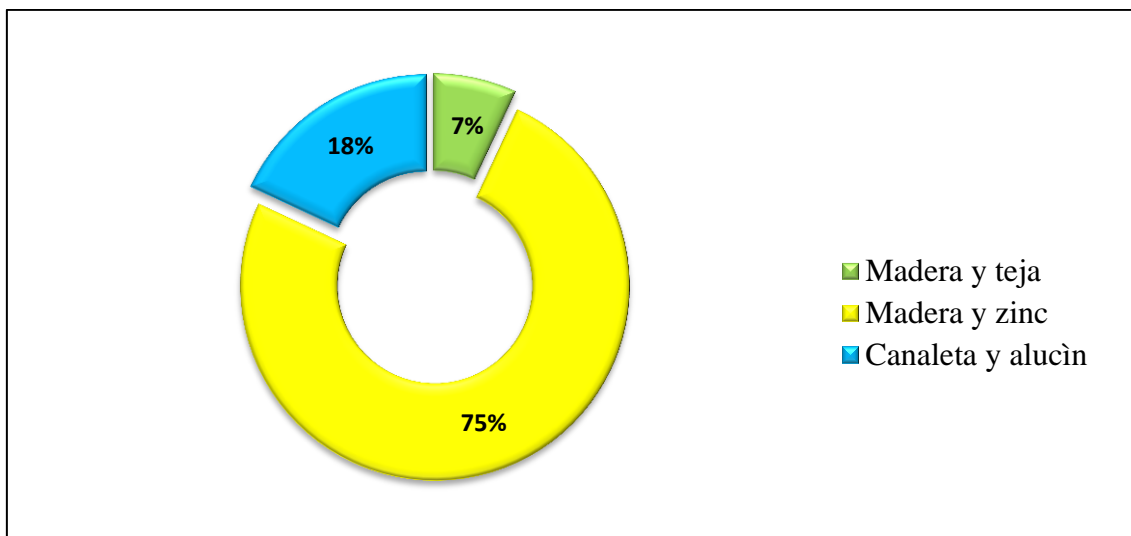


Figura 17. Material de los techos de los talleres

5.1.9 Aspectos de tecnología de los talleres de carpintería

De los 72 talleres que se investigaron un 65% consideran que la maquinaria que posee en su taller está acorde con las necesidades de su taller sin embargo el 35% de ellas expresa que el nivel de maquinaria que poseen no est  acorde con sus necesidades, cabe mencionar que la mayoría de las empresas sometidas a este estudio poseen toda la tecnología necesaria y no son muchos los talleres que carecen de maquinaria resaltando que poseen todas las herramientas manuales. Para mayores detalles ver Figura 18.

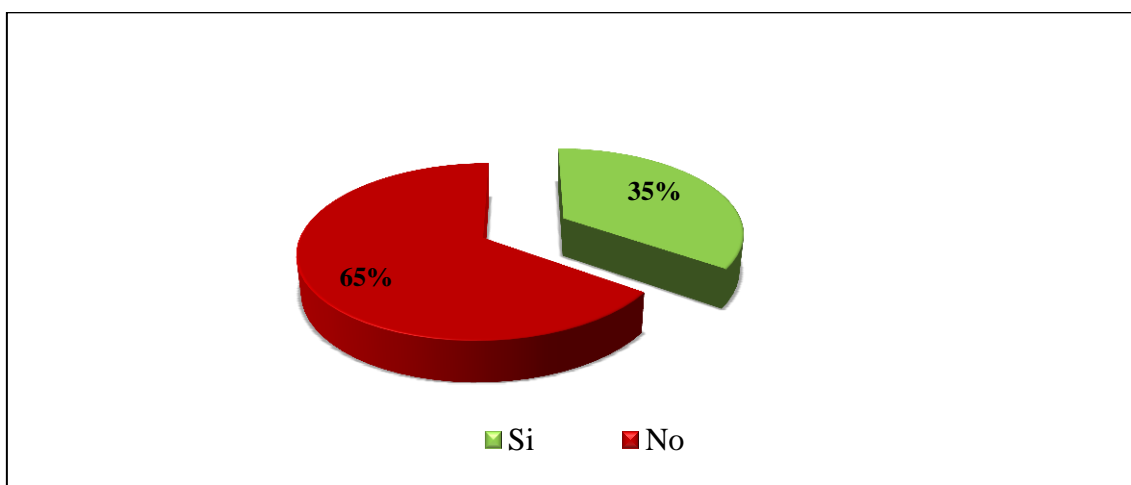


Figura 18. Conformidad de la maquinaria que poseen los talleres

Se determinó que el 76% de los talleres no tienen necesidad del uso de una mejor maquinaria, ya que este tipo de maquinaria tiene una vida útil duradera pero el 24% restante opina que si es necesario el uso de maquinaria más moderna.

No todas las empresas de este sector realizan inversión en tecnología para sus talleres ya que la maquinaria con la que cuentan los talleres de carpintería en su mayoría se encuentra en condiciones apropiadas para realizar sus procesos de transformación de la madera y sus costos de adquisición son muy altos, razón por la cual a menudo le brindan mantenimiento constante a su maquinaria de trabajo los cuales sus costos de mantenimientos son bajos. La maquinaria utilizada por estos talleres se observa con mejor detalle en el Cuadro No 3.

Cuadro.3 Maquinaria Utilizada en los Talleres de Carpintería y Ebanistería, Catacamas.

Maquinaria de los Talleres de Carpintería de la ciudad de Catacamas		
✓ Cortadora de vuelta	✓ Sepilladora eléctrica	✓ Trompo eléctrico
✓ Cortadora de banca	✓ Sierra Radial	✓ Canteadora
✓ Prensa	✓ Herramientas manuales	✓ Compresor

De acuerdo a los resultados obtenidos nos dice que el 83% de los encuestados ha adquirido la maquinaria y la instalación de su taller con capital propio y un 13% lo ha hecho por medio de préstamos proporcionados por bancos de la localidad. Un 4% manifestó que ha adquirido su equipo por donación de alguna asociación o persona (Figura 19).

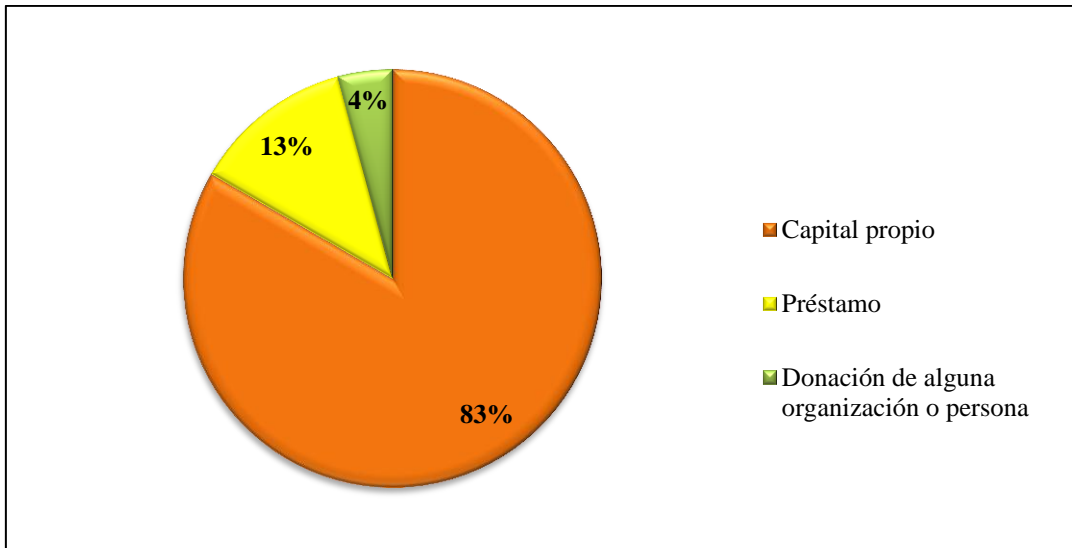


Figura 19. Capital para la adquisición de la maquinaria e inicio de las operaciones

5.1.10 Aspectos de producción y mercado de los talleres de carpintería

Para que un negocio tenga éxito es importante realizar diferentes estudios de factibilidad, financiera y de mercado estos estudios deben realizarse antes del emprendimiento de la empresa, según los datos obtenidos del 100% de los talleres que se encuestaron ninguno de ellos lleva un control de cuáles son sus ingresos y egresos mensuales, cuando se les preguntaba sobre los pies de madera que procesaban en su negocio no manejan un dato tan exacto, producto de no llevar un registro de sus costos.

Es importante establecer los mercados hacia los cuales orientan sus productos derivados de la madera, éstos talleres, es así que tenemos que el 82% de estos venden sus productos en la localidad y un 13% lo hace al nivel local y nacional en mercados como San Pedro Sula, Tegucigalpa y la Ceiba, sin embargo hay un 4% que orienta sus productos al mercado local y regional como ser Juticalpa, San Francisco de la Paz, Dulce Nombre de Culmí, al mercado internacional hasta los momentos no tienen apertura para sus productos. Los detalles se resaltan en la Figura 20.

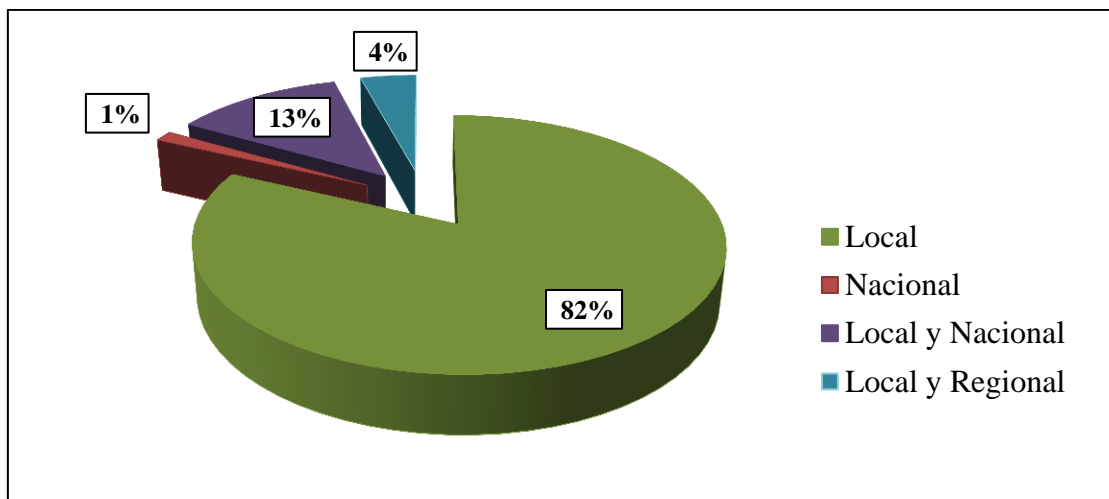


Figura 20. Tipos de mercados con los que cuentan los talleres

Se encontró que este sector transformador de la madera no usa un sistema de distribución de sus productos bien estructurado, es decir que el 97% de ellos usa un sistema de distribución de manera directa al consumidor final, porque la forma de venta más utilizada, es por encargo, debido a la falta de demanda en el lugar y porque el cliente no siempre está dispuesto a pagar el precio establecido. Motivo por el cual el dueño del taller no puede arriesgarse a producir en gran cantidad si existe la posibilidad de no llegar a vender el producto, y apenas un 3% lo hace por medio de intermediarios, se encontró que en la actualidad ningún taller trabaja para comerciales como lo hacía en el pasado, esto se debe a que las comerciales solicitaban los precios iguales a los muebles elaborados de madera de fibran o sustitutos de la madera. Para la transportar sus productos los talleres se observa que solamente el 82% posee transporte propio, y un 15% lo alquila al momento de trasladar sus muebles al cliente, y el 3% lo hacen mediante algún familiar.

La producción en el sector industrial transformador de la madera se dan de manera continua con 60%, mientras con un 40% su producción es por temporadas, los talleres registran sus mayores niveles de ingresos durante los meses de septiembre a diciembre por la temporada de cosecha de los granos básico como ser el maíz y los frijoles, y la navideña, este comportamiento de la demanda se debe en gran medida a que en esos meses muchos empleados asalariadas reciben un bono equivalente a un mes de salario,

el cual se conoce como el treceavo mes, el ciclo de las ventas decae nuevamente desde abril hasta agosto (figura 21).

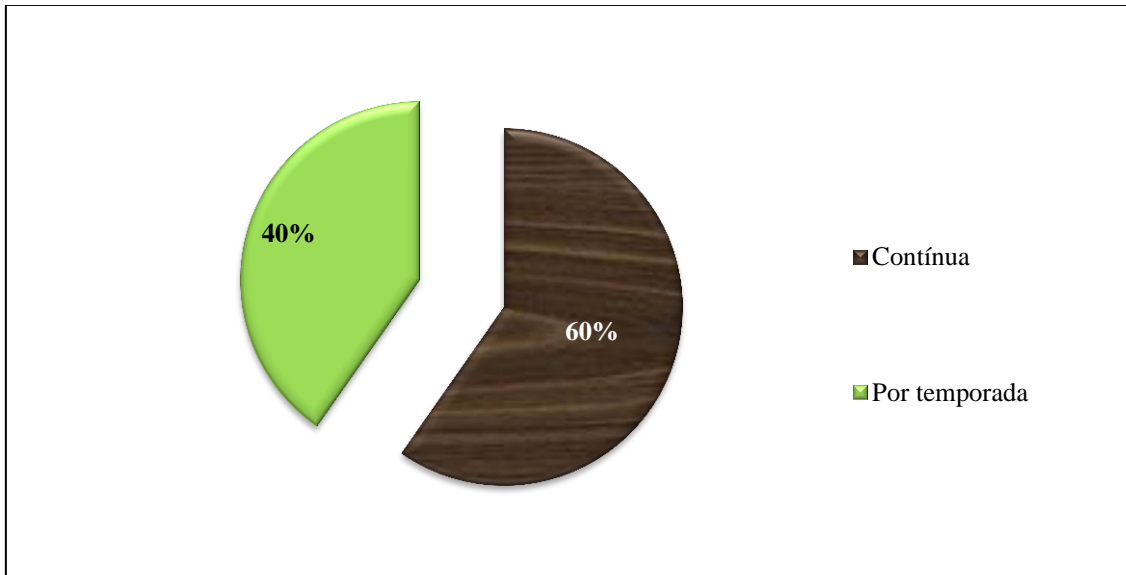


Figura 21. Tipo de producción de los talleres de carpintería en Catacamas.

Los productos elaborados por los diferentes talleres participantes en el estudio son variados. Pero los que tienen mayor demanda son las puertas y los muebles de cocina, los precios son varios tomando en consideración la especie forestal utilizada y el acabado de los muebles solicitados por los clientes; teniendo como preferencia por los consumidores la especie forestal el laurel (*Cordia alliodora*) con un 36% 17,495.00 pies de tablares mensuales; seguidamente la caoba (*Swietenia macrophylla*) con el 31% 14,987.00 pies de tablares mensuales y el pino (*Pinus spp.*) con un 25% 12,086.00 pies de tablares mensuales, por su bajo costo de adquisición y por último se encuentra el cedro (*Cedrela odorata*) con un 8%. 3,868.00 pies de tablares mensuales; asiendo un total de 48,346 pies de tablares mensuales. (Anexo xx). El San Juan (*Vochysia spp.*), Nogal (*Juglans sp.*) y Guanacaste (*Enterolobium Cyclocarpum*) su demanda no es significativa (cuadro 4).

Cuadro. 4 Productos elaborados por los Talleres de Carpintería y Ebanistería

Diferentes Productos elaborados por los talleres de carpintería y ebanistería		
✓ Puertas	✓ Mesas Tradicionales	✓ Carrocerías
✓ Muebles de Cocina	✓ Sillas Tradicionales	✓ Restauraciones
✓ Muebles de Recamara	✓ Artesanías(Jolleros)	✓ Ataúdes
✓ Muebles de Comedor	✓ Divisiones	✓ Cortineros
✓ Closet	✓ Marcos de Puertas	✓ Guitaras
✓ Cómodas	✓ Marcos de Ventanas	✓ Escritorios
✓ Gaveteros	✓ Libreros	✓ Chineros

Los carpinteros que actualmente están adquiriendo su madera en las ventas clandestinas pueden pagar hasta L. 40.00 por pie tablar de caoba húmeda y hasta L. 28.00 por pie tablar de madera de cedro, el nogal y el laurel L. 25.00 por pie de tablar y hasta L. 18.00 por pie de tablar de san Juan.

El pino y el Guanacaste siguen siendo las especies más barata del mercado local clandestino, como expresamos anteriormente por su abundancia y por la oferta local está situada como la más barata alcanzando un promedio de compra por los carpinteros de L. 12.00 por pie tablar húmeda (cuadro 5).

Cuadro. 5 Especies Forestales, utilizadas en los talleres de carpintería

Especie Forestal	Precio del pie
Caoba (<i>Swietenia macrophylla</i>)	40
Cedro (<i>Cedrela odorata</i>)	28
Nogal (<i>Juglans sp.</i>)	25
Laurel (<i>Cordia alliodora</i>)	25
San Juan (<i>Vochysia spp.</i>)	18
Pino (<i>Pinus spp.</i>)	12
Guanacaste (<i>Enterolobium Cyclocarpum</i>)	12

Según la información obtenida se encontró que el 96% de los talleres reciben sus ingresos en el momento que termina la obra y el 4% restante lo reciben cada mes, la empresas del sector de madera maneja sus ingresos de forma normal con un 86% y el 13% maneja precios bajos para poder retener sus clientes, el 1% consideran sus precios altos porque toman mucho en cuenta el proceso que realizan y el valor del mismo, según datos proporcionados por los miembros de los talleres, sus ingresos oscilan entre 60,000.00 a 120,000.00 lempiras anualmente.

5.1.11 Aspectos legales y administrativos de los talleres

Los aspectos legales y administrativos de los talleres de carpintería son de mucha importancia, para que tengan un mejor desarrollo consistente y amplio, para poder acceder fácilmente a créditos bancarios, y a la vez llevar sus procesos de producción de forma legal y no presentar dificultades para la búsqueda de nuevos mercados como ser el internacional.

La muestra de las carpinterías que se encuestaron demuestran que el 90% el negocio es propio, mientras un 10% el negocio es familiar integrada por hermanos esposa e hijos, el número de los talleres de carpintería que se entrevistaron en la ciudad de Catacamas son 72 de los cuales el 53% está inscrito en la municipalidad y con relación al permiso de operación que corresponde a un total de 38 talleres, y un 47% no tiene ningún permiso legal para operación de su negocio que representan un total de 34 talleres, según ellos no reciben suficientes ingresos como para pagar impuestos y ningún beneficio para realizar su respectivo tramite, también se encontró que ningún taller está inscrito en la Cámara de Comercio ni lleva registros contables (Figura 22).

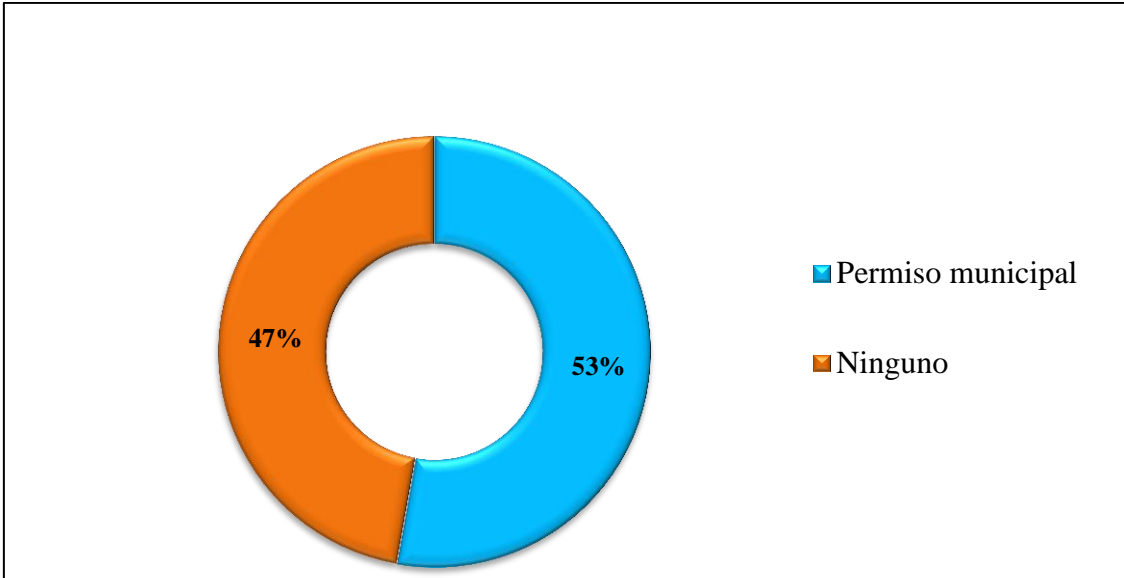


Figura 22. Requisitos con los que cuentan los talleres para sus operaciones

Se logró determinar que el 85% de los talleres no tiene ningún tipo de crédito en la actualidad, y tan solo el 15% posee créditos con la banca privada con montos inferiores a L. 50,000.00 a plazos no mayores de 3 años, también se identificó que solo el 32% obtuvo préstamos en el pasado los cuales los obtuvieron para su producción del negocio los que obtuvieron en el pasado y actualmente tienen solamente son los que están legalmente constituidos, y un 68% no realizó ningún tipo de crédito.

VI CONCLUSIONES

En el presente diagnóstico se identificó la demanda que tienen los productos derivados de la madera en la ciudad de Catacamas, las principales variables evaluadas se encuentran, que la frecuencia de adquisición de productos de madera es de una vez al año, los tipos y diseños son variados, teniendo como preferencia de compra en las casas comerciales, se observó que la temporada de demanda de muebles de madera es en el mes de diciembre por la capacidad adquisitiva, y la especie forestal de preferencia por los consumidores se encuentra la caoba (*Swietenia macrophylla*).

Se encontró que existe una considerable oferta de industrias transformadoras de la madera, se logró ubicar a 72 talleres de carpintería en la ciudad de Catacamas, no todos se encuentran operando al 100%, al momento de realizar las encuestas una minoría se encontró cerrado por falta de un mercado estable, y la vez se ven afectados por la competencia de las casas comerciales y los negocios americanos que existen en la ciudad que amenazan con reducir considerablemente el número de talleres.

El estudio también reveló que los talleres de carpintería encuestados tienen una serie de problemas y obstáculos considerables. Las ventas promedio anuales en muchos casos no son atractivas y reflejan bajos niveles de liquidez y poco flujo de efectivo razón por la que a veces no manejan materia prima en existencia y solamente la adquieren al momento de solicitud de alguna obra o pedido de los clientes, razón por la que a veces no responden de forma inmediata a la demanda de estos productos. Adicionalmente, las empresas presentan muchas debilidades en cuanto a técnicas administrativas de contabilidad, el mercadeo lo realizan mayoritariamente a nivel local, sin permiso de operación del negocio motivo por el cual algunos talleres se encuentran sin rótulos y ocultos en sus casas por estar trabajando de forma ilegal, sin mostrar ningún interés de legalizarse porque no reciben ningún beneficio al hacerlo.

VII RECOMENDACIONES

Es necesario realizar con mayor frecuencia, estudios que analicen la situación de las industrias de transformación de la madera en base a las fluctuaciones del mercado.

Se recomienda la conformación de redes cooperativas para agrupar pequeños y medianos talleres y crear una economía de escala con mayor representación en el mercado. Podría ser la creación de un centro de venta para los muebles de madera elaborados por los diferentes talleres y de esta manera ofrecer al cliente y satisfacer la demanda que existe en la ciudad de Catacamas de productos de calidad y facilidades de pago.

También se sugiere ampliar los canales de distribución para colocar los productos derivados de la madera de los talleres de carpintería en un mayor número de mercados a nivel regional, nacional e internacional.

Se recomienda que las autoridades del sector forestal y entes locales y nacionales relacionados con este rubro le den un mayor fomento al valor agregado de la transformación de la madera a fin de que los dueños de los talleres tengan programas de asistencia y capacitación en técnicas de producción, finanzas, administración, contabilidad y mercadeo, cuenten con su permiso de operación y manejen la madera de forma legal o sostenible para que utilicen adecuadamente los canales de comercialización, opciones que sirvan para la adquisición de crédito lo cual elevaría su nivel de vida y un mejor desarrollo para la ciudad.

VI BIBLIOGRAFÍA

AFE-COHDEFOR (Administración Forestal del Estado de Honduras, Corporación Hondureña de Desarrollo Forestal). Anuario Estadístico Forestal 2011. Departamento de Gestión de Información Gerencial, Tegucigalpa, Abril de 2011.

Anuario Estadístico Forestal 2007. Tegucigalpa, Honduras, Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre. 221 p. AFE-COHDEFOR

AFE-COHDEFOR.1997. Departamento de Planificación. 126 p.

Álvarez, E. 2006. Caracterización de los talleres de carpintería en los municipios de Santa Teresa y San Marcos Managua Nicaragua, 50 p.

ADEL Catacamas.2013 Resumen de indicadores físico espaciales del municipio de Catacamas. (en línea) Consultado 10 junio. 2013. Disponible en http://www.adelcatacamas.com/docs/Indicadores_generales_Municipio_de_Catacamas.pdf

Banco Central de Honduras. 2010. Honduras en Cifras 2007-2010. Banco Central, Tegucigalpa Banco Central de Honduras. 2012. Producto Interno Bruto/ Rama de Actividad 2007-2010. Tegucigalpa.

Barahona, T. 2001. La Cadena Maderera: En Busca de los Eslabones Perdidos. Instituto NITLAPAN. UCA. Managua Nicaragua, Pág. 15-16

Baca, G. 1992. Evaluación de Proyectos: Análisis y Administración del Riesgo. 2da edición, Mcgraw - Hill / interamericana de México, S.A. de C.V. México, Pág. 276

Escobar, C. 2010. Diagnóstico del sistema de verificación de la legalidad en el sector forestal de Honduras y del comercio transfronterizo de productos forestales con Nicaragua, Guatemala, y el Salvador. CATIE 48 p.

Fiallos, Carmen. 2008. Catacamas, Honduras. (En línea). Consultado el 15 de ene. 2012. Disponible en http://www.guiarte.com/destinos/centro-america/region_honduras_olancho.html.

Fernández, P. 2002. Fisterra.com. (En línea). Consultado el 03 Junio. 2013. Disponible en: <http://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras/9muestras2.asp>

Gómez, M. 2004. Estudio de mercado de productos forestales: Enfocado en fincas ganaderas, en las zonas piloto del Proyecto CATIE/ Noruega–Pasturas Degradadas. Ed. D Pezo. Turrialba, Costa Rica, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza. 106 p.

ICF (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal). 2011. Áreas Protegidas y Vida Silvestre. Anuario Estadístico Forestal. Tegucigalpa, Honduras, 99 p.

ICF (Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal). 2009. Anuario Estadístico Forestal. Tegucigalpa, Honduras, Áreas Protegidas y Vida Silvestre. 99 p.

Kinnear, T. C. y Taylor, J. R. (1998): Investigación de Mercados. Un Enfoque Aplicado, Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.

Kotler, .P; Armstrong, G.1998.Marqueting Versión para Latinoamérica. Traductor Pineda A, LE. Décimo primera edición. México. Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana 580 pag.

Meléndez, M. 2002. Mercado y Comercialización de Productos Forestales. Curso Corto para el Convenio PROFOR /CATIE, Nicaragua pag. 67

Mejía, M. 2003. Análisis participativo de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la pequeña y mediana industria transformadora de la madera en Siguatepeque y San Pedro Sula, Honduras. Louisiana, School of Renewable Natural Resources, Louisiana State University. 35 p.

Pratt, L. 2000. El Sector Forestal en Honduras, Análisis de Sostenibilidad. INCAE, Alajuela, Costa Rica. 78 P.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta perfil de consumidor



PERFIL DEL CONSUMIDOR



DIAGNÓSTICO DE INVESTIGACIÓN

ESTIMACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERÍA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO

NOTA DE CONFIDENCIALIDAD:

La información brindada y contenida en este documento es de carácter confidencial. Por lo que esta información es para uso y manejo exclusivo de la investigación de tesis “Estimación de la oferta de productos derivados de la madera en los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas, Olancho. Investigación llevada a cabo por la Universidad Nacional de Agricultura a través de los estudiantes de la carrera de administración de empresas agropecuarias.

FECHA: Día _____ Mes _____ Año _____ Barrio _____

Edad

- a) 18-25 años b) 26 -30 años c) 31- 40 años d) 41-50 años
e) 51-60 años f) Mayor de 60 años

Sexo

- a) Masculino b) femenino

Estado civil

- a) Soltero(a) b) Casado(a) c) Divorciado (a) d) Unión libre

Educación

- a) Primaria b) Secundaria c) Diversificado d) Universitaria
e) Otros _____

¿Cuánto son los ingresos mensuales?

- a) Menos de L 4,000 b) de 4,000- 8,000 c) de 8,000-12,000 d) de 12,000-16,000
e) de 16,000-20,000 f) de 20,000-24,000 g) Mas de 24,000

Anexo 2. Encuesta Perfil del Productor



PERFIL DEL PRODUCTOR

DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION

ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO.

NOTA DE CONFIDENCIALIDAD:

La información brindada y contenida en este documento es de carácter confidencial. Por lo que esta información es para uso y manejo exclusivo de la investigación de tesis “Estimación de la oferta y demanda de productos derivados de la madera en los talleres de carpintería de la ciudad de Catacamas, Olancho, investigación llevada a cabo por la Universidad Nacional de Agricultura a través de los estudiantes de la carrera de administración de empresas agropecuarias.

I INFORMACIÓN GENERAL DEL TALLER	
1.1 Nombre de la Empresa:	
1.2 Dirección:	
1.3 Municipio:	1.4 Departamento:
1.5 Barrio:	
1.9 Correo electrónico:	
1.10 Página web:	
1.11 ¿Cuántos años de servicio tiene el taller 0-5 <input type="checkbox"/> 5-10 <input type="checkbox"/> 10-15 <input type="checkbox"/> 15-20 <input type="checkbox"/> 20-30 <input type="checkbox"/> Más de 30 <input type="checkbox"/>	
1.12 ¿Pertenece alguna asociación de carpinteros? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Si su respuesta es sí ¿a cuál? _____	
1.13 ¿Qué cargos ha ostentado y los beneficios que ha obtenido? Especifique _____	



**DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION
ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA
MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS,
OLANCHO.**

II ASPECTOS DE PERSONAL HUMANO Y EDUCACIÓN									
¿Cómo contrata a sus empleados permanentes o temporales?									
2.1 Número de empleados permanentes: <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>M</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>F</td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	M	<input type="text"/>	F	<input type="text"/>	2.2 Número de empleados temporales: <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>M</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>F</td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	M	<input type="text"/>	F	<input type="text"/>
M	<input type="text"/>								
F	<input type="text"/>								
M	<input type="text"/>								
F	<input type="text"/>								
2.3 ¿Cuál es el nivel académico que posee su personal? <table style="margin-left: 20px; width: 100%;"> <tr> <td>Primaria</td> <td><input type="text"/></td> <td>Técnico</td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>Secundaria</td> <td><input type="text"/></td> <td>Ninguno</td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>		Primaria	<input type="text"/>	Técnico	<input type="text"/>	Secundaria	<input type="text"/>	Ninguno	<input type="text"/>
Primaria	<input type="text"/>	Técnico	<input type="text"/>						
Secundaria	<input type="text"/>	Ninguno	<input type="text"/>						
2.4 ¿En que obtuvieron su título las personas que son profesionales en su taller? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>1.</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>_____</td> </tr> </table>		1.	_____	2.	_____	3.	_____		
1.	_____								
2.	_____								
3.	_____								
2.5 ¿Hay empleados en el taller que realicen estudios en la actualidad? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>SI</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	2.6 ¿Cuál es el número de las personas que estudian actualmente? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	<input type="text"/>			
<input type="checkbox"/>	SI								
<input type="checkbox"/>	NO								
<input type="text"/>									
2.7 ¿Qué nivel están cursando las personas que estudian actualmente? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Primaria</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Secundaria</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Universidad</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/>	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Universidad		
<input type="checkbox"/>	Primaria	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Universidad				
2.8 ¿La empresa apoya a sus empleados que realizan estudios? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>SI</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO				
<input type="checkbox"/>	SI								
<input type="checkbox"/>	NO								
2.9 ¿Qué tipo de apoyo le brinda el taller al empleado que realiza estudios? <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Económico</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Disponibilidad de Tiempo</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/>	Económico	<input type="checkbox"/>	Disponibilidad de Tiempo				
<input type="checkbox"/>	Económico	<input type="checkbox"/>	Disponibilidad de Tiempo						



DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION



ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO.

III. ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA	
3.1 ¿Las instalaciones con las que cuenta están acorde con sus necesidades?	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3.2 Su taller Cuenta con instalaciones:	Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Prestado <input type="checkbox"/>
3.3 ¿Cómo es la maquinaria de su empresa?	Propio <input type="checkbox"/> Alquilado <input type="checkbox"/> Prestada <input type="checkbox"/>
3.4 ¿Cuantos años de antigüedad tienen sus instalaciones?	1-3 <input type="checkbox"/> 3-5 <input type="checkbox"/> 5-7 <input type="checkbox"/> 7-9 <input type="checkbox"/> 9-11 <input type="checkbox"/> Más de 11 <input type="checkbox"/>
3.5 ¿De qué material son las paredes de sus instalaciones?	<input type="checkbox"/> Ladrillo <input type="checkbox"/> Adobe <input type="checkbox"/> Ladrillo y bloque <input type="checkbox"/> Bloque <input type="checkbox"/> Madera
3.6 ¿De qué material es el techo de sus instalaciones?	<input type="checkbox"/> Madera y teja <input type="checkbox"/> Madera y adbesto <input type="checkbox"/> Madera y zinc <input type="checkbox"/> Canaleta y alucín
3.7 ¿Le brinda mantenimiento a su infraestructura (instalaciones)?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
3.8 ¿Cada cuánto le da mantenimiento a sus instalaciones?	<input type="checkbox"/> 6 meses <input type="checkbox"/> Año <input type="checkbox"/> 6 meses <input type="checkbox"/> 2 años <input type="checkbox"/> 6 meses <input type="checkbox"/> 1 año <input type="checkbox"/> 2 años Especifique_____



DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION



ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO.

IV ASPECTOS DE TECNOLOGÍA	
<p>4.1 ¿Considera que la maquinaria que usa está acorde con las necesidades del taller? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>	<p>4.2 ¿Cree que su taller tiene necesidades de uso de tecnología? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>
<p>4.3 ¿Con qué maquinaria cuenta en su taller?</p> <p>1. _____ 6. _____ 2. _____ 7. _____ 3. _____ 8. _____ 4. _____ 9. _____ 5. _____ 10. _____</p>	
<p>4.4 ¿Realiza Inversiones en tecnología para el taller? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p> <p>Si es no pasar a la pregunta 4.9</p>	
<p>4.5 ¿Cada cuánto realiza inversiones en tecnología para su taller?</p> <p><input type="checkbox"/> Cada 6 Meses <input type="checkbox"/> Cada dos años <input type="checkbox"/> Cada año <input type="checkbox"/> Más de dos años</p>	
<p>4.6 ¿Le brinda un mantenimiento continuo a su tecnología? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>	<p>4.7 ¿Sus costos de mantenimiento de tecnología son altos? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>
<p>4.8 ¿De qué manera ha adquirido tecnología para su empresa? <input type="checkbox"/> Capital propio <input type="checkbox"/> Préstamo <input type="checkbox"/> Donación de alguna organización o persona</p>	
<p>4.9 ¿Se le dificulta el acceso a tecnología de buena calidad? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO</p>	
<p>4.10 ¿Porque motivos se le dificulta el acceso a tecnología?</p> <p><input type="checkbox"/> Económicos <input type="checkbox"/> No hay existencia en la localidad <input type="checkbox"/> Otras</p>	



**DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION
ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS
DE LA MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO.**

V ASPECTOS DE PRODUCCIÓN Y MERCADO				
5.1 ¿Con qué tipo de mercado cuenta para sus productos o servicios?	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Internacional
5.2 ¿Con quién comercializa sus productos?	<input type="checkbox"/> Intermediario	<input type="checkbox"/> Consumidor	<input type="checkbox"/> Comerciales	<input type="checkbox"/>
5.3 ¿Cómo es el transporte que utiliza para trasladar sus productos?	<input type="checkbox"/> Propio	<input type="checkbox"/> Alquilado	<input type="checkbox"/> Publico	<input type="checkbox"/>
5.4 ¿Cómo es su producción?	<input type="checkbox"/> Continua	<input type="checkbox"/> Por temporada		
5.5 ¿Para qué fechas tiene mayor demanda?	<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>			
5.6 ¿Qué tipo de piezas o muebles elabora en su taller?	Productos	Lugar de venta	Precio	
	1. _____	1. _____	1. _____	
	2. _____	2. _____	2. _____	
	3. _____	3. _____	3. _____	
	4. _____	4. _____	4. _____	
	5. _____	5. _____	5. _____	
5.7 ¿Qué tipo de especies forestales utiliza en la elaboración de productos derivados de la madera en su taller?	Especies Forestales	Productos elaborados	Costo del pie	
	1. _____	1. _____	1. _____	
	2. _____	2. _____	2. _____	
	3. _____	3. _____	3. _____	
	4. _____	4. _____	4. _____	
	5. _____	5. _____	5. _____	

5.8 ¿Cuál es la a) _____
que más b) _____
prefieren los c) _____
clientes?

5.9 ¿Cuántos pies de madera
procesa en su taller? Semanal Mensual Anual

5.10 ¿Cómo considera usted Alto Normal Bajos
los precios manejados por su
taller?

5.11 ¿Cada cuánto Obra terminada Mensuales Anuales
recibe sus ingreso



**DIAGNOSTICO DE INVESTIGACION
ESTIMACION DE LA OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA
MADERA EN LOS TALLERES DE CARPINTERIA DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO.**

VI ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS	
6.1 ¿Su taller es propio o familiar? Propio <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/>	
6.2 ¿Con que requisitos cuenta para la operación de su taller? <input type="checkbox"/> Inscripción en la cámara de comercio. <input type="checkbox"/> Permiso de operación. <input type="checkbox"/> Autorización de libros contables. <input type="checkbox"/> Permiso para instalación de rótulos. <input type="checkbox"/> Permiso municipal	
6.3 ¿Considera que su empresa necesita constituirse legalmente para obtener un mejor desarrollo y acceso a créditos? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
6.5 ¿Tiene acceso a algún tipo de crédito en la actualidad? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	6.6 ¿Ha recibido algún crédito para su taller en el pasado? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
6.7 ¿A cuántos años han ascendido los préstamos que ha obtenido para su taller y el monto del crédito? <input type="checkbox"/> 1 año <input type="checkbox"/> 2 años <input type="checkbox"/> 3 años Monto de crédito _____	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3 Edad de las personas encuestadas.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
18 a 25 años	61	30
26 a 30 años	36	19
31 a 40 años	51	25
41 a 50 años	29	14
51 a 60 años	19	9
Mayor de 60 años	6	3
	202	100

Anexo 4 Sexo de las personas encuestadas.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Masculino	65	32
Femenino	137	68
	202	100

Anexo 5 Porcentaje de consumidores que compran muebles de madera.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Si	157	78
No	45	22
	202	100

Anexo 6 Frecuencia de compra de muebles de madera.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Una vez al año	71	45
Dos veces al año	33	21
Dos años	26	17
Tres años	14	9
Otros	1	1
Cuatro años	10	6
Cada tres veces al año	2	1
	157	100

Anexo 7 Temporada de compra de muebles de madera.

DESCRIPCION	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Día Festivo Día de la Madre	6	4
Cuando lo Necesita	133	85
Día Festivo Navidad	18	11
	157	100

Anexo 8 Tipos o diseños de muebles de madera.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Muebles de cocina	27	17
Muebles de recamara	6	4
Closet	16	10
Chineros	6	4
Puertas	22	14
Sillas	9	6
Mesas	14	9
Comedor	20	13
Libreros	4	3
Ventanas	2	1
Cómodas	23	15
Camas	2	1
Marcos de ventanas	2	1
Marcos de puertas	2	1,00
Otras (todas)	2	1,00
	157	100

Anexo 9 Lugar de compra de muebles de madera

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Comerciales	69	47
Taller de carpintería	73	44
Vendedor ambulante	10	6
Comerciales y talleres	5	3
	157	100

Anexo 10 Servicio brindado al momento de realizar la compra

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Bueno	121	77
Regular	33	21
Malo	3	2
	157	100

Anexo 11 Especie Forestal de preferencia para los demandantes

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Caoba	97	62
Cedro	12	8
Laurel	12	8
Pino	15	10
Nogal	2	1
Otras	2	1
Cedro y Laurel	2	1
Caoba y pino	3	2
Cedro, Laurel, Pino y Nogal	2	1
Cedro y pino	2	1
Caoba y Laurel	6	4
Caoba, Cero y Laurel	2	1
	157	100

Anexo 12 Aspectos que valoran los demandantes al comprar sus productos

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Precio	41	26
Acabado del mueble	28	18
Formas de pago	31	20
Especies de madera	24	15
Tiempo de entrega	5	3
Garantía	12	8
Precio y Formas de pago	5	3
Precio, acabado del mueble, formas de pago, especie de madera, tiempo de entrega y garantía	11	7
	157	100

Anexo 13 Preferencia de origen de los productos derivados de la madera

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Local	104	66
Nacional	30	19
Importado	11	7
Regional	9	6
Local y Nacional	3	2
	157	100

Anexo 14 Número de talleres que pertenecen a la asociación de Asmucal.

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Si	22	31
No	50	69
	72	100

Anexo 15 Años de servicio de los talleres de carpintería

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
0-5 años	24	33
5-10 años	10	14
10-15 años	11	15
15-20 años	10	14
20-30 años	7	10
Más de 30 años	10	14
	72	100

Anexo 16 Nivel académico de los empleados

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Primaria	59	82
Secundaria	9	12
Ninguno	4	6
	72	100

Anexo 17 Antigüedad de las instalaciones de los talleres

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
1-3 años	26	36
3-5 años	12	17
5-7 años	3	4
7-9 años	5	7
9-11 años	3	4
Más de 11 años	23	32
	72	100

Anexo 18 Estado de situación de las instalaciones de los talleres

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Propia	67	93
Alquilada	3	4
Prestada	2	3
	72	100

Anexo 19 Necesidad de uso de mejor tecnología

Descripción	Cantidad de Encuestas	Porcentaje %
Si	55	24
No	17	72
	72	100

Anexo 20. Listado de los talleres encuestados

Talleres de carpintería y ebanistería de la ciudad de Catacamas, Olancho				
Perfil de los talleres				
rubro: industria transformadores de la madera				
No	Nombre del propietario	Nombre del taller	Dirección del taller	Pies de madera procesados mensual
1	Octavio Amador		Barrio Ojo de agua	300.00
2	Marció Rodríguez		Barrio Vella vista	1,800.00
3	José Hernández		Colonia Cruz Roja	400.00
4	Manuel Martínez		Barrio el Estadio	400.00
5	Porfirio Zapata		Barrio las Flores	550.00
6	Cesar Augusto Asencio		Barrio las Lomas	300.00
7	Carlos Arturo Cardona	Carpintería Fanny	Avenida Catacamas	2,000.00
8	Marco Tulio Hernández			380.00
9	Wilmer Johel Guifarro		Avenida Catacamas	2,500.00
10	Justo Hernández		Barrio el Colegio	100.00
11	Manuel Romero	Carpintería y Ebanistería Romero	Barrio el Hatillo	1,300.00
12	Víctor Omar Roll	Muebles Alejandro	Barrio San Francisco	400.00
13	Israel Cardoza	Carpintería Erlin	Colonia Juan Pablo II	2,000.00
14	Orlando Rodríguez		Barrio Santa Cruz	300.00
15	Javier Paguada	Ebanistería Paguada	Barrio Santa Cruz	800.00
16	Miguel Javier Zuniga	Carpintería y Ebanistería Zuniga	Colonia 15 de Septiembre	1,600.00
17	José Arnulfo Hernández	Taller Hernández	Barrio la Trinidad	260.00
18	Benjamín Flores	Carpintería Hermanos Flores	Barrio Zunilapa	1,000.00
19	Ismael de Jesús Jiménez		Barrio Nueva Zunilapa	900.00
20	Alfonso Antonio Castro		Barrio Avenida Catacamas	1,000.00
21	Luis Adalberto Rodríguez	Taller San José	Barrio la Hoya	600.00
22	José Justo Escobar		Avenida Catacamas	300.00
23	Wilton Ramón Guifarro		Avenida Catacamas	300.00
24	Mario Canelas	Carpintería las Acasias	Barrio la Cruz	400.00

25		Taller Hermanos Valdez	Barrio la Cruz	500.00
26	José Navarro	Carpintería Navarro	Barrio la Hoya	600.00
27	Daniel Bonilla		Barrio la Trinidad	300.00
28		Fábrica de Muebles Michel	Barrio la Trinidad	300.00
29	Pedro Romero		Barrio la Trinidad	200.00
30	Miguel Noé Bonilla Vaca		Barrio la Trinidad	700.00
31	Edwin Fabricio Jarquin		Barrio la Trinidad	880.00
32	Mauricio Montoya	Taller Montoya	Barrio San Francisco	1,200.00
33	Israel Barahona		Barrio San Francisco	500.00
34	Carlos Antonio Rivera	Muebles y Estilos Ebanistería	Barrio San Francisco	2,000.00
35		Taller y Carpintería el Fiel Amigo	Barrio San José	200.00
36	Marlon Matute		Barrio la Trinidad	600.00
37		Taller Industrias Immar	Barrio la Trinidad	200.00
38	Roger Hernández		Barrio la Trinidad	150.00
39	Rogelio Gutiérrez	Taller los Hermanos	Barrio la Trinidad	300.00
40	Ramón Irán Suarez	Taller Cabañas	Barrio Cabañas	400.00
41	Jorge Alberto Cruz Oliva	Taller de Carpintería	Barrio Zunilapa	400.00
42	Luis Antonio Cáceres	Carpintería Cáceres	Barrio la Cruz	800.00
43	Rossel Said Gómez Lobo	Ebanistería Gómez	Barrio la Cruz	1,250.00
44	Ramón		Barrio las Acasias	300.00
45	Jorge Ramiro Hernández		Barrio Ojo de agua	600.00
46	Rigoberto Cáceres Posas	Carpintería el Centro	Barrio la Cruz	1,200.00
47		Taller Hermanos Cruz	Barrio San José	960.00
48	Edwin Ernesto Rool		Barrio Zunilapa	300.00
49	Iván Guifarro	Taller Guifarro	Barrio Zunilapa	800.00
50	Sindy Stefany Reyes		Barrio San José	166.00
51		Funeraria la Eterna	Barrio Cabañas	600.00
52		Carpintería San José	Barrio San José	1,000.00
53		Carpintería Hermanos Reyes	Barrio San José	1,000.00
54	Tilo Salgado	Carpintería	Barrio San José	400.00

		Salgado		
55	Marcos Reyes	Taller Marcos	Barrio San José	200.00
56	Samuel Sánchez	Taller el Ceibeño	Barrio Ojo de agua	200.00
57	Miguel		Barrio Ojo de agua	450.00
58	Nelson Ismael Moradel		Barrio Ojo de agua	400.00
59	Gustavo Lanza		Barrio Nueva Esperanza	700.00
60	Wanaxa Flores		Colonia tres de Mayo	400.00
61	Jobany de la Cruz Erazo		Barrio el Espino	400.00
62	Israel Flores Bonilla	Carpintería el espino	Barrio El espino	1300.00
63	Dagoberto Salgado	Carpintería la Buena Obra	Barrio la Mora	600.00
64	Celeo Arcángel Reyes	Carpintería Tome	Barrio el Colegio	1,500.00
65	Dimas Enmundo Tome	La Casa del Mueble	Barrio el Porvenir	500.00
66	Roger Benigno Martínez		Barrio San Sebastián	1,000.00
67	Wilmer Balderramos		Barrio el Hatillo	500.00
68	Ismael Licona		Colonia Tres de Mayo	100.00
69	Eleazar Núñez	Ebanistería Núñez	Colonia Tres de Mayo	800.00
70	Oscar Romero		Colonia tres de Mayo	200.00
71	Luis Alberto Guillen		Colonia tres de Mayo	500.00
72	Juan Veroy		Barrio las acasias	200.00

Anexo 21. Fotografías aplicando las encuestas



Anexo 22. Fotografías de la industria de procesamiento de la madera.



Artesanías de las industrias de procesamiento de la madera de la ciudad de Catacamas.



Taller de carpintería del señor Eleazar Nuñez ubicado en la colonia tres de mayo

