



“Por un Desarrollo Agrario  
Integral y Sostenible”

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AGRARIA  
FACULTAD DE DESARROLLO  
RURAL**

**Trabajo de Graduación**

**Mercado potencial de la artesanía textil, en el  
municipio de Masaya-Departamento de Masaya  
de Abril a Julio 2009.**

**Br. María Coralia Mejía Lacayo  
(Autora)**

**Lic.MSc. Freddy Arguello Murillo.  
(Asesor)**

**Managua, Nicaragua Enero 2010.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA  
(UNA)  
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL  
(FDR)**

**Trabajo de Graduación**

**Mercado potencial de la artesanía textil, en el  
municipio de Masaya-Departamento de Masaya  
de Abril a Julio 2009.**

**Trabajo sometido a consideración del Honorable Tribunal Examinador  
de la Facultad de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional Agraria  
para optar al grado de:**

**Licenciado en Agronegocios**

**Br. María Coralia Mejía Lacayo  
(Autora)**

**Lic. Freddy Arguello Murillo  
(Asesor)**

**Managua, Nicaragua Enero 2010.**

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable tribunal examinador designado por la decanatura de la facultad y/o director de Sede: **Facultad de Desarrollo Rural** como requisito parcial para optar al título profesional de:

## **LICENCIADO EN AGRONEGOCIOS**

**Miembros del Tribunal:**

---

**MSc. Francisco Bravo Martínez**  
**Presidente**

---

**Lic. Alba Rosa Vílchez Molina**  
**Secretaria**

---

**Dr. Elgin Antonio Vivas Viachica**  
**(Vocal)**

---

**MSc. Freddy Ernesto Arguello Murillo**  
**(Asesor)**

**Sustentante:**

---

**Br. María Coralia Mejía Lacayo**

**Managua ,Nicaragua**

**Eneño.2010**

## INDICE DE CONTENIDO

SECCION		PAGINA
	DEDICATORIA	i
	AGRADECIMIENTO	ii
	INDICE DE CUADROS	iii
	INDICE DE FIGURAS	iv
	INDICE DE ANEXOS	v
	RESUMEN	vi
	ABSTRACT	vii
I.	INTRODUCCION	1
II.	OBJETIVOS	2
2.1	Objetivo General	2
2.2	Objetivos Especificas	2
III.	MARCO REFERENCIAL	3
3.1	Estudio de mercado	3
3.2	Estudio de mercado de la artesanía textil en la ciudad de Masaya	3
3.3	Oferta de la artesanía textil en la ciudad de Masaya	4
3.4	Demanda de la artesanía textil en la ciudad de Masaya	4
3.5	Canales de comercialización de la artesanía textil en Masaya	4
3.6	Márgenes de comercialización	5
IV.	MATERIALES Y METODOS	6
4.1	Tipo de estudio	6
4.2	Descripción general de la zona de estudio	6
4.3	Pasos metodológicos	7
4.4	Población y muestra	8
4.5	Muestreo probabilístico estratificado	8
4.6	Muestreo probabilístico por racimos	9
V.	RESULTADOS	10
5.1	Resultados de las encuestas aplicadas a vendedores actuales de la artesanía textil	14
5.2	Cantidades de piezas que compran los comerciantes en la actualidad	16
5.3	Precios de compra por los comerciantes en la actualidad	17
5.4	Proyecciones de la demanda y la oferta de las artesanías calculadas 5 años	22
5.5	Canales de comercialización de la artesanía textil	26
5.6	Márgenes de comercialización de la artesanía textil	27
VI.	CONCLUSIONES	31
VII.	RECOMENDACIONES	32
VIII.	LITERATURA CITADA	33
IX.	ANEXOS	34

## DEDICATORIA

El haber finalizado mis primeros estudios universitarios, significa el comienzo de mi vida.

Este trabajo se lo dedico con todo mi amor a: Dios padre celestial por darme fuerzas, fe, entendimiento y paciencia desde el primer día que entre a la universidad. "siembra esta semilla en buena tierra y recogerás frutos en el futuro"

A mi mama por apoyarme en todo momento, por hacerme tan feliz, porque en todas nuestras dificultades nunca dejaste de apoyarme, ella es la fuente que me inspira para salir adelante "gracias" te amo.

A mi novio Horacio Alvarado por amarme y ser tan paciente con migo, Te amo Cielo!!!.

A mis hermanas porque en cada una de ellas está el prototipo de mujer luchadora.

A mis sobrinitos Elmer, Vania, Cerfran, ellos son muy especial para mí los quiero.

A mi tutor Lic. Freddy Arguello ¡GRACIAS! Por aclarar todas mis dudas e interrogantes, por tenerme paciencia y por confiar en mí, Este trabajo es el fruto de usted.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a las siguientes instituciones y personas que además de su apoyo incondicional me dieron impulsos y ánimos de seguir hasta el final con mi tesis agradezco los consejos, y los regaños de todos, quiero que sepan que forman una gran parte de mi ser.

¡GRACIAS!

- UNA Universidad Nacional Agraria.
- Lic. Freddy Arguello.
- Horacio Alvarado Alvarado
- Dr. Eduardo Baltodano Arellano.
- Dr. Karlem Mejia Lacayo.
- Ing. Manuel Díaz.
- Msc. Iveth Sánchez.

## INDICE DE CUADROS

CUADRO		PAGINA
1.	Clasificación de los mercados	9
2.	Frecuencia de abastecimiento y origen de la artesanía textil	15
3	Calculo de las piezas de los clientes actuales (48%) y de los clientes potenciales (36%) de la artesanía este se realiza con una frecuencia mensual.	21
4.	Cuadro comparativo de los precios que el productor vende la artesanía y precios calculados de los costos de cada una de las artesanías textiles.	22
5.	Márgenes de comercialización de set de inodoros.	27
6.	Márgenes de comercialización de protectores de licuadora.	27
7.	Márgenes de comercialización de tortilleras.	28
8.	Márgenes de comercialización de paneras.	28
9.	Márgenes de comercialización de protectores de microondas	29
10.	Márgenes de comercialización de protectores para hornos.	29
11.	Márgenes de comercialización de organizadores de cepillos dentales.	30
12.	Precios de las artesanías textiles desde el productor hasta el consumidor final.	30

## INDICE DE FIGURAS

FIGURA		PAGINA
1.	Propiedad de local del comerciante	10
2.	El nivel académico de los comerciantes	10
3.	Comerciantes que venden artesanía textil	11
4.	Razones por las cuales los comerciantes no venden artesanía textil	11
5.	Artesanias mas pedidas por los comerciantes	12
6.	Estilos de artesanias mas gustadas por clientes potenciales	12
7.	Forma de abastecimiento mas señalada por los comerciantes	13
8.	Comerciantes con disposición de vender artesanía textil	13
9.	Tiempo de experiencia en la venta de artesanía textil	14
10.	Estilos de artesanias mas vendidas	14
11.	Nombre de los artesanos actuales y procedencia	15
12.	Calidad de la artesanía textil que se ofrece en la actualidad	19
13.	Beneficios que brindan los artesanos a los comerciantes	19
14.	Nacionalidad de los demandantes de artesanía textil	20
15.	Meses del año que más se demanda la artesanía textil	20
16.	Proyección de oferta y demanda de set de inodoros.	22
17.	Proyección de oferta y demanda de protectores para licuadora.	23
18.	Proyecciones de oferta y demanda de tortilleras.	23
19.	Proyecciones de oferta y demanda de paneras.	24
20.	Proyecciones de oferta y demanda de protectores para horno tostador.	24
21.	Proyecciones de oferta y demanda de protectores para microondas.	25
22.	Proyecciones de oferta y demanda de organizadores de cepillos dentales.	25



## INDICE DE ANEXOS

ANEXO	PAGINA
1. ¿Cuántas piezas de set de inodoro compra?	35
2. ¿Cuántas de protector de licuadora compra?	35
3. ¿Cuántas piezas de tortilleras compra?	35
4. ¿Cuántas piezas de panera de compra?	36
5. ¿Cuántas piezas de protector para hornos compra?	36
6. ¿Cuántas piezas de protectores para microondas compra?	36
7. ¿Cuántas piezas de organizador de cepillos dentales compra?	37
8. ¿A qué precio compra el set de inodoro?	37
9. ¿A qué precio compra los protectores para licuadora?	37
10. ¿A qué precio compra las tortilleras?	38
11. ¿A qué precio compra las paneras?	38
12. ¿A qué precio compra los protectores para microondas?	38
13. ¿A qué precio compra los protectores para horno tostador?	39
14. ¿A qué precio compra los organizadores de cepillos dentales?	39
15. Proyección de oferta y demanda de set de inodoros.	39
16. Proyección de oferta y demanda de protector para licuadora.	40
17. Proyección de oferta y demanda de tortillera.	40
18. Proyección de oferta y demanda de paneras.	40
19. Proyección de oferta y demanda de protectores de hornos.	41
20. Proyección de oferta y demanda de protectores para microondas.	41
21. Proyección de oferta y demanda de organizadores de cepillos dentales.	41
22. Costos de producción de set de inodoros.	42
23. Costos de producción de set de protectores para licuadoras.	42
24. Costos de producción de protectores para horno tostador.	43
25. Costos de producción de protectores para microondas.	43
26. Costos de producción de tortilleras.	44
27. Costos de producción de paneras.	44
28. Costos de producción de organizadores de cepillos dentales	45
29. Frecuencia y porcentaje de las encuestas realizadas en los dos mercados de la ciudad de Masaya.	45
30. Fotos de artesanías.	58
31. Encuesta realizada a comerciantes	59

## Resumen

La presente investigación, se llevo a cavo con el objetivo de realizar un estudio para analizar el potencial de mercado, de la artesanía textil en el municipio de Masaya, departamento de Masaya, durante periodo de Abril - Julio del 2009, las variables que se evaluaron para la realización de la investigación fueron: Demanda, oferta, canales de comercialización y márgenes de mercadeo de la artesanía textil.

Los usuarios inmediatos del documento, son las artesanas de Masaya que necesitan información para que los mismos organismos que las capacitaron (INATEC- Cosude) las apoyen en el establecimiento de empresas de este sector.

Los hallazgos son:

La población universo a estudiar era de 212 comerciantes de ambos mercados de la ciudad de Masaya resultando una muestra de 135 encuestas.

En cuanto a la demanda y oferta de la artesanía textil según las 135 encuestas realizadas en los dos mercados de la ciudad de Masaya, mercado de artesanías y mercado municipal se obtuvo que:

La demanda potencial identificada es de 48 comerciantes (36%), lo cual significa que la posibilidad de inserción de nuevas empresas que elaboren este tipo de productos es positiva, el mercado actual de este producto es de 65 comerciantes (48%) el restante, 22 comerciantes (16%) respondieron que no venderían artesanía textil de ninguna manera. Los estilos de artesanías mas demandadas son todas pero con mayor puntuación están los set de inodoros, protectores de licuadora y paneras, en las proyecciones calculadas de oferta y demanda, se obtuvo que todas las artesanías tienen la oportunidad para introducirlas en el mercado ya que en los cálculos se determino que la oferta era menor que la demanda, lo que significa que existe un déficit productivo en los productos a excepción de las tortilleras que existe un superávit.

En lo que refiere a los canales de comercialización el canal que se identifico es el canal 1 productor – comerciante - consumidor final, lo ideal para este tipo de rubro es reducir los eslabones de la comercialización para que los beneficios a los artesanos sean mayores.

En el cálculo realizado de los márgenes de comercialización de la artesanía textil, se obtuvo que, los artesanos son los que reciben el mayor porcentaje del precio que pagan los consumidores finales.

**Palabras claves: Artesanías textil, Estudio de mercado, demanda, oferta, canales de comercialización y márgenes de comercialización.**

## Abstract

This research was done with the goal of completing a study to analyze the market potential of textile crafts in the town of Masaya, during between April and July 2009.

The immediate users of market research information are the artisans of Masaya they need information so that the same agencies that trained (INATEC-COSUDE) to support them in establishing companies in this sector. The findings are: The study was population universe of 212 traders in both markets of the city of Masaya, resulting in a sample of 135 surveys.

In terms of demand and supply of textile crafts as: 135 surveys conducted in the two markets in the city of Masaya craft market and municipal market was obtained that identified the potential demand is 48 traders (36%), which means that the ability to insert them new company to develop this type of product is positive, the current market for this product is 65 traders (48%), and the remaining 22 traders (16%) responded that they would not sell textile crafts in any way. The craftsmanship is all but demanded more punctuation are the set of toilets, blender and baskets protectors in the supply and demand projections for all crafts insert them there is opportunity for new companies because the supply is less than the exception demand of dykes that exited a surplus. As sefiere marketing channels to the channel identified is Channel 1 producer - retailer - consumer thin ideal for this type of item is to reduce the links in the marketing so that the benefits outweigh the artisans.

With respect to the margins in the marketing of handicraft textile artisans are receiving the highest percentage of the price paid by final consumers.

**Keywords: Handicrafts Textile Market survey, demand, supply, marketing channels and marketing margins.**

## I. Introducción

El departamento de Masaya tiene un alto potencial, debido a que las artesanías que se elaboran son reconocidas en el mercado nacional e internacional, sus productos no compiten con otros de la región. Masaya actualmente esta desarrollándose económicamente sólo necesita evaluarse los componentes de innovación tecnológica, mercado y asociatividad. (Intur 2008, Masaya)

Muchos turistas de todo el mundo vienen a Masaya ya que es un departamento de Nicaragua que no pueden pasar por desapercibido, sus mercados son el Punto estratégicos de reunión de los turistas en donde adquieren satisfechos las confecciones elaboradas por manos laboriosas y emprendedoras con mucho deseo de superación y muchas ganas de que sus productos conozcan todo el mundo. (Entrevista, valle A.2009)

A nivel nacional los productos de artesanías textiles como: Accesorios para inodoros, protectores de licuadoras, tortillera, paneras, protectores para microondas, protector para horno tostador y organizadores para cepillos de dientes son productos altamente llamativos por sus elegantes y distinguidos escenarios de decoración que inspiran a los hogares un aire típico, propio de nuestras raíces.

El origen de la artesanía está ligado al poblamiento de Nicaragua. Los primeros hombres que vinieron al país tenían una cultura poca desarrollada, se dedicaban a la caza, pesca y eran recolectores. Con el devenir de los tiempos estos pobladores pasaron a la práctica de la agricultura y la elaboración de artesanía manual evolucionando poco a poco hasta la utilización de maquinas manuales o de pedal.

El comercio de la ciudad de Masaya se realiza en grandes escalas en comparación con otras ciudades y pueblos del mismo departamento, en materia de industrias su popularidad data desde épocas aborígenes se elabora: artesanías textiles, artesanías textil vestuario artesanías en barro en hamácas, maderas y cuero, La pequeña industria artesanal ocupa un lugar de importancia dentro de la actividad económica del departamento de Masaya. (Alcaldía de Masaya 2008)

Los artesanos de Masaya son y han sido durante décadas elemento principal del comercio local que generan una gran cantidad de empleos y sostienen la economía del municipio. (Martínez Leonardo gerente general de Alternativa, FDL.)

Las artesanías textiles en la ciudad de Masaya, nacen por la necesidad de diversificación de productos artesanales elaborados a base de telas, con colores vistosos y diseños que no solo realzan el arte típico de un país si no que desempeñan la importante función de proteger los electrodomésticos del hogar (Noguera,2007)

El presente trabajo se desarrolla con el fin de determinar el mercado potencial, de la artesanía textil, identificando las piezas de mayor demanda en los dos mercados de la ciudad de Masaya, según los gustos y preferencia de los consumidores, determinando así el espacio en el que se pueden incursionar futuros movimientos capacitado: INATEC y la Cooperación Suiza, para el desarrollo (INATEC-COSUDE).

## **II. Objetivos**

### **2.1 Objetivo General:**

Analizar el mercado potencial, de la artesanía textil en el municipio de Masaya, departamento de Masaya durante, periodo de abril a julio del 2009.

### **2.2 Objetivos Específicos:**

- Identificar la oferta y demanda de artesanía textil, para la inserción de nuevos artesanos a este rubro.
- Determinar los canales de comercialización.
- Identificar los márgenes de comercialización.

### **III. Marco referencial**

#### **3.1 Estudio de mercado**

El estudio de mercado se realiza a través de la recopilación, registros y análisis de la etapa en que la producción va desde el productor hasta el consumidor, haciendo uso de metodologías de investigación de las ciencias sociales, debido a que estos aspectos tienen que ver con el comportamiento humano. (Vivas, 2005).

A través del estudio de mercado se determina bajo qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos, así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores y la distribución geográfica de los principales centros de consumo.

#### **3.2 Estudio de mercado de las artesanías textil en la ciudad de Masaya.**

**Producto:** Masaya es un municipio con una amplia gama de comercio artesanal madera, barro, textil, hilo, motivo por el cual la ciudad es visitada por turistas nacionales y extranjeros, en busca de un producto que solo en esta ciudad lo encontrarán, los productos artesanales típicos que se venden forman parte de la cultura nicaragüense. (intur-alcaldía de Masaya, 2008)

**Precio:** Los precios de las artesanías textiles varían según el local en donde se compre. Los artesanos establecen los precios a bajos costos ya que consideran que este factor influye mucho en la percepción que tiene el comerciante y por ende el consumidor final sobre el producto.

En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio. (Arellano, 2000).

**Plaza:** Masaya posee dos mercados donde se oferta artesanía, pero por seguridad es más recomendado el Antiguo Mercado de Masaya, que se encuentra en el centro de la ciudad y ofrece seguridad a sus visitantes, los precios de este mercado son un poco más altos que el Mercado Municipal (Gamboa Marlen)

**Promoción:** La promoción de las Artesanías son impulsadas por el gobierno local y ONG que consecutivamente están apoyando a los artesanos de la ciudad de Masaya con el objetivo de motivar el trabajo que ellos desempeñan (intur-alcaldía de Masaya, 2008)

En Masaya existe muchos artesanos y cada uno de ellos realizan promociones con sus particularidades y formas de vender, usan estrategias de promoción como rebajas por compras mayores de 3, descuentos por productos de nueva introducción, agilizando así el proceso de venta. (Gamboa Marlen)

Los estudios de mercado que se han realizado en la ciudad de Masaya son de artesanías como cuero, madera y de hamacas, obteniéndose de estos un resultado positivo para la comercialización nacional e internacional. (intur-alcaldía de Masaya, 2008)

### **3.3 Oferta de las artesanías textil en la ciudad de Masaya**

Oferta: Por oferta se entiende la relación que muestran las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores, estarían dispuestos y podrían, poner a la venta a precios alternativos posibles durante un período dado, permaneciendo constante todos los demás factores. (Araica, 2002).

La creatividad e imaginación en trabajos artesanales, se ha extendido hasta hoy en día. Masaya rico en tradiciones, colores, sabores, exuberante belleza y calor humano, es poseedor de una gran tradición en la elaboración de piezas artesanales con gran belleza e incalculable valor. Masaya sobre sale por poseer las mas ricas variedades de artesanías. (Castillo. I)

Los artesanos elaboran diferentes tipos de artesanías y estas varían en dependencia de la manera de cómo las aprendieron a hacer. Las habilidades de los artesanos de Masaya son reconocidas en piezas decorativas de madera, cuero, tela, barro, Masaya, tiene mucho que ofrecer, ya que es un municipio con gente de gran corazón y manos laboriosas.

En esta ciudad existen 2,400 Pequeñas y Medianas Empresas Pymes: 500 panaderías, 450 talleres de cuero y calzado, 680 textil-vestuario, 350 Carpinterías y 420 talleres de cerámica, 4 talleres de artesanías textil identificados según datos proporcionados por la alcaldía de Masaya. (Gamboa Marlen)

### **3.4 Demanda de las artesanías textil en la ciudad de Masaya**

La demanda se define como una relación que muestran las distintas cantidades de una mercancía que los compradores desearían y serían capaces de adquirir a precios alternativos posibles durante un período dado, suponiendo que todos los demás factores permanecen constantes. El concepto económico de demanda se basa en una relación de precio y cantidad. (Araica, 2002).

Los artesanos de Masaya no tienen ni idea de los destinos que tienen sus obras. Al mercado de Masaya llegan turistas locales, nacionales y extranjeros, en busca, de algún recuerdo o para alguien que viajara o bien para decorar su casa con un toque típico nicaragüense, no hay una persona que no le gustaría tener una pieza elaborada con manos nicaragüenses. (INTUR, Masaya)

Entre las piezas más cotizadas sobresalen las hamacas, cotonas, artesanías textiles, cerámicas rústicas y finas, carteras y sandalias de cuero de ganado bovino y de lagarto, ofreciendo a la vista una amalgama de formas y colores.

En la ciudad de Masaya hasta el momento no se han realizado estudios de oferta y demanda de artesanías textiles.

### **3.5 Canales de comercialización de las artesanías textil en Masaya.**

Los canales de comercialización son las estructuras comerciales formadas por todos los eslabones interdependientes que comprenden el desplazamiento de los productos desde el productor hasta el consumidor final. (Ministerio de agricultura ,2008)

Los canales de comercialización de las artesanías se han diversificado a través de la venta directa, al comprador final los lazos específicos entre productores y compradores son una buena alternativa para el artesano de Masaya, ya que sus utilidades incrementan. (Cerde. A, 2008)

Los mercados también son elementos potenciales para el artesano, ya que a ellos llegan turistas nacionales e internacionales (Mercado y comercio pyme, Masaya, 2008)

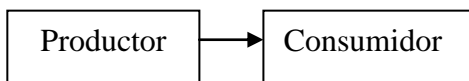
Los canales de comercialización efectivos en la venta directa de artesanías son los compradores finales que visitan el país, que superan las 773 mil personas, de acuerdo a cifras del Instituto Nicaragüense de Turismo (Intur). (Arguello Humberto. Para el secretario ejecutivo de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones (CNPE)).

Se identifican dos canales de comercialización:

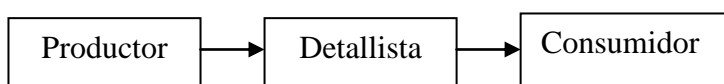
- Venta directa en sus casas
- Venta a comerciantes.  
(Gamboa Marlen, cada casa es un taller)

Los canales de distribución se clasifican en varios niveles. Debido a que tanto el productor como el consumidor final llevan a cabo algún trabajo, forman parte de cada canal. (Ibarra, 2004).

Canal 1: Denominado canal de mercadotecnia directa, no tiene nivel de intermediario. Consiste en un productor que vende directamente a los consumidores.



Canal 2: Contiene un nivel. En los mercados de consumidores este nivel es por lo regular un detallista o comerciante de los mercados.



### 3.6 Margen de comercialización

Los márgenes de comercialización nos permiten conocer desde el primer punto de venta que es el artesano hasta lo que es el precio al consumidor final, esto se realiza con el fin de conocer las ganancias en el segmento comercial por ello tratamos de contar con información veraz y oportuna, para coadyuvar a la toma de decisiones de los agentes económicos del sector. (Gamboa Marlen)

El margen de comercialización es la diferencia entre el precio que paga el consumidor por un producto y el precio recibido por el productor.

Según el levantamiento de datos realizado por la alcaldía de Masaya bajo la dirección del departamento de desarrollo local los precios de las artesanías en general en el 2008 variaban de 150 hasta 25 córdobas, estableciendo los comerciantes ganancias del 30% al 45% de ganancias.



## IV Materiales y métodos

### 4.1 Tipo de estudio

Para la realización del presente trabajo se hizo uso de una investigación no experimental, ya que se realizara sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, observaremos los fenómenos tal y como se dieron en su contexto natural, para después analizarlos. Es un estudio de corte transversal descriptivo, que se caracteriza así por la identificación de mercados potenciales para comercializar artesanías textil en la ciudad de Masaya (Mercado de artesanías y Mercado Municipal) para ello recolectare los datos necesarios para sustentar si existe o no una demanda actual y potencial para la artesanía textil.

### 4.2 Descripción general de la zona de estudio

Masaya está situada al suroeste de Managua, de la que la separan 28 km, y a 14 km al norte de Granada está situada a la orilla de la laguna del mismo nombre y a los pies del volcán Masaya. El conjunto de la laguna y volcán, que tiene cinco cráteres, conforman un área de 52 km<sup>2</sup> declarada Parque Natural en 1979 y alberga en su interior un muy interesante museo de vulcanología. Al norte de Masaya, frontera con Granda, se encuentra la laguna de Apoyo. (INTUR, Masaya)

Altitud: 242 m

Latitud: 11° 58' N

Longitud: 86° 06' O

La situación de Masaya en Nicaragua hace que sea un importante nudo de comunicaciones en el transporte. Tiene una activa industria de manufactura de productos agrícolas, y procesamiento de fibras naturales. La producción artesanal es muy importante, se puede decir que es el centro de la artesanía nicaragüense, con un componente de cultura precolombina muy fuerte, se trabaja fundamentalmente la madera, el cuero, la cerámica, las piedras y los tejidos, artesanías textiles. Industrialmente se producen también; zapatos, productos de piel, jabón y almidón. . (INTUR, Masaya)

Variables principales a estudiar

Para realizar el estudio de mercado se tomaron las siguientes variables:

- Demanda.
- Oferta.
- Canales de comercialización.
- Margen de mercadeo

### 4.3 Pasos Metodológicos

#### Etapas de investigación

- Primera etapa: Establecimiento de relaciones con los contactos en la alcaldía de Masaya CIDEL, INATEC-COSUDE.

Delimitación del tema con la participación de representantes de INATEC-COSUDE y alcaldía de Masaya.

Revisión de bibliografía, de libros de las MYPIME Masaya, revistas del INTUR y páginas de internet con la información relacionada a la temática de estudio y determinación de las variables a estudiar: Demanda, Oferta, Canales y Márgenes de comercialización.

Elaboración del Diseño del estudio.

- Segunda etapa: Elaboración de los instrumentos para la recopilación de información, que utilizamos en este tipo de investigaciones, como fue la encuesta que se aplicó a la muestra seleccionada.
- Tercera etapa: Validación del instrumento de estudio.
- Cuarta etapa: Recopilación de la información de campo, a través de encuestas dirigidas a los comerciantes de los dos mercados de la ciudad de Masaya.
- Quinta etapa: Procesamiento de los datos obtenidos a través de los instrumentos estadísticos de investigación (SPSS y Excel).
- Sexta etapa: Redacción del informe.
- Séptima etapa: Presentación de resultados.
- Octava etapa: Incorporación de sugerencias al documento.
- Novena etapa: Entrega de documento final.

#### 4.4 Población y muestra

La población objeto de estudio seleccionada, para realizar nuestra investigación de mercado son los comerciantes, del municipio de Masaya del departamento de Masaya.

Estos están compuestos por: Mercado viejo 103 comerciantes y el Mercado municipal 109 comerciantes, de artesanías en general.

Para el presente estudio se determinó un 95% de ocurrencia del evento y un 5% de error en las respuestas de la encuesta.

#### 4.5 Muestreo probabilístico estratificado

Determinación del tamaño de la muestra para poblaciones finitas. En este caso se emplea siguiente ecuación

Ecuación:

$$n = \frac{[Z^2 P (1 - P) N]}{[e^2(N - 1) + Z^2 P (1 - P)]}$$

Solución:

Confianza = 95%

p= 50%

e = 5 %

z = 1.96

N = 212

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * (1-0.5)212}{0.05^2 * 212 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = \frac{202}{1.49}$$

n = 135 Elementos muestrales.

#### 4.6 Muestreo Probabilístico por racimos

$$ksh = n / N = 136 / 212 = 0.64$$

Cuadro 1. Clasificación de los mercados.

Estrato	Clasificación/mercados	Total población	Muestra
1	Mercado Viejo (Masaya)	103	65
2	Mercado Nuevo (Masaya)	109	70
	Total	212	135

Mercado Viejo ----- Masaya

$$212-----100\%$$

$$103----- X$$

$$X= 48\%$$

Mercado nuevo ----- Masaya

$$212----- 100\%$$

$$109----- X$$

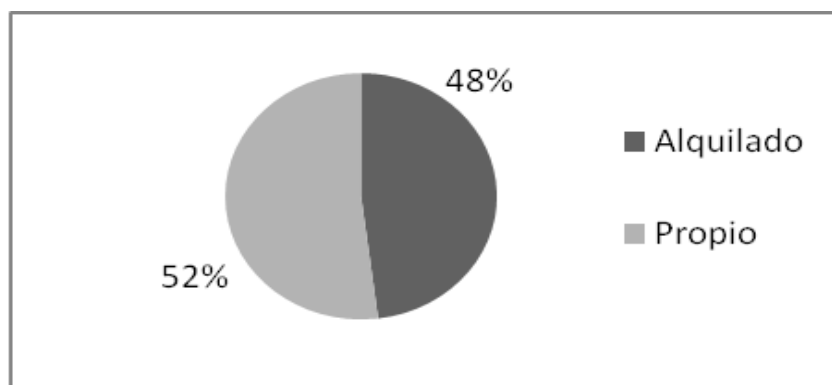
$$X =51\%$$

$$135 \times 48\% = 65 \text{ Elementos muestréales.}$$

$$135 \times 51\% = 70 \text{ Elementos muestréales.}$$

## V. Resultados

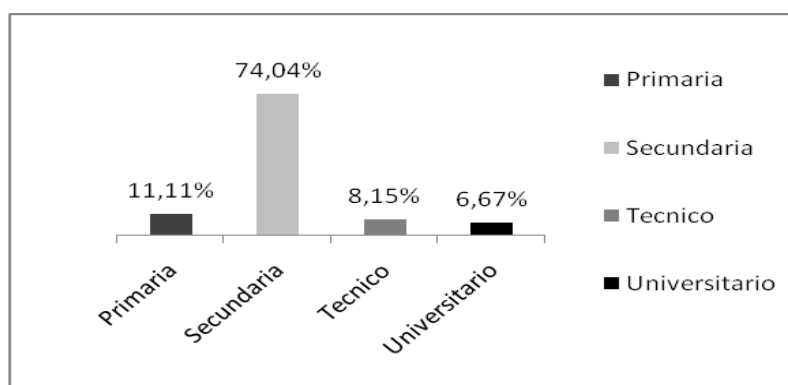
Los resultados que a continuación se desarrollan, están constituidos por un universo de 212 comerciantes divididos de la siguiente manera 103 comerciantes corresponden al mercado de artesanías (viejo) y 109 corresponden al mercado municipal (nuevo) obteniendo una muestra de 135 elementos muestrales realizadas y divididas en 65 elementos muestrales para el mercado viejo y 70 para el mercado nuevo.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 1. Propiedad del local del comerciante**

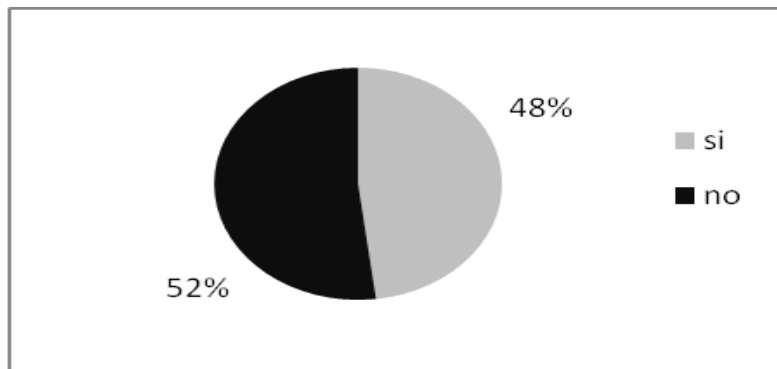
El 48% de los encuestados, respondieron que su local era alquilado estos corresponden a los comerciantes del mercado viejo, este es el factor que nos responde la pregunta de que porque en el mercado viejo oferta las artesanías más caras, los módulos en este mercado son alquilados y no se venden, de lo contrario el mercado municipal (nuevo) que son el 52% de los encuestados respondieron que su local era propio elemento que permite al comerciante vender las artesanías a precios más bajos.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 2. El nivel académico de los comerciantes**

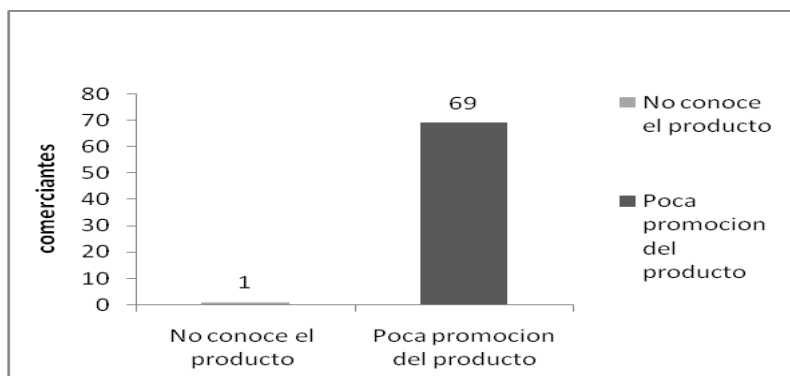
El 74.04% que corresponde a la mayoría de los comerciantes poseen una escolaridad de nivel secundaria lo que significa que ellos tienen conocimientos básicos para poner en práctica en su negocio, factor importante para el desarrollo del comercio, una minoría de 8.15% son de nivel técnico a este pequeño grupo se le atribuyen ciertas habilidades especiales para el comercio, un 6.67% son universitarios estos comerciantes que se desenvuelven aun más que los antes mencionados, un 11.11% de los encuestados son de nivel primario. El nivel académico que posee un comerciante influye mucho en el desarrollo del negocio como empresa.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 3. Comerciantes que venden artesanía textil**

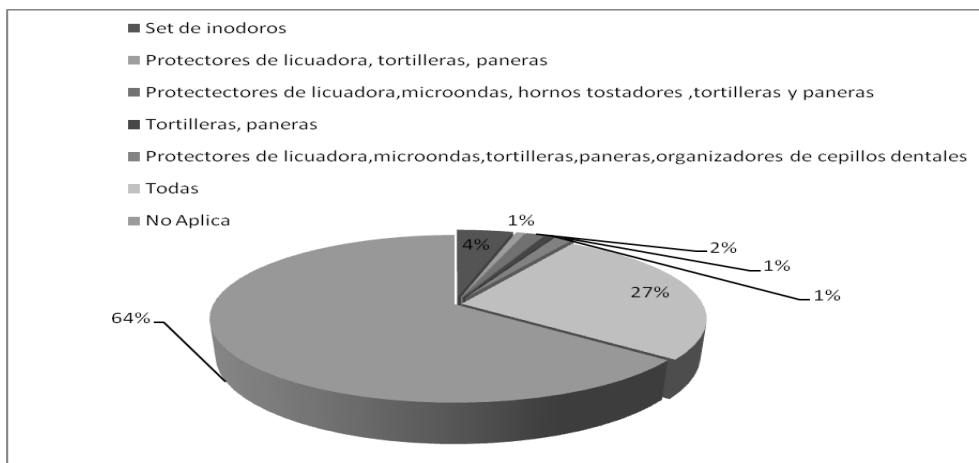
De los 135 comerciantes encuestados un 48%(65) de ellos venden actualmente artesanía textil, estas personas corresponde a nuestra demanda actual, el 52% (70) no venden artesanías.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 4. Razones por las cuales los comerciantes no venden artesanía textil**

La mayoría conformada por 69 comerciantes opinan que ellos no venden artesanías textil porque no hay mucha promoción del producto, cabe recalcar que los encargados del funcionamiento de los mercados son los que promueve y dan propaganda a las artesanías, pero con menos énfasis a las artesanías textiles, 1 de los comerciantes respondió que no vendían el producto porque no tenían conocimiento de estas artesanías, además estas tiendas se especializan en vender otros tipos (madera, cuero, tejidos, etc.) esto se debe a factores como la ubicación de los módulos y a la tradición de vender solo ese tipo de artesanías.

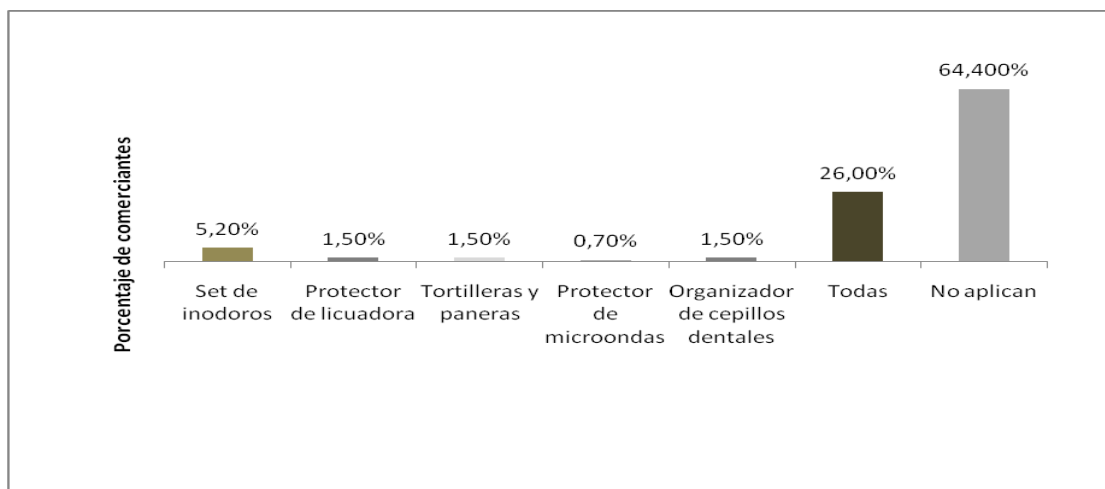


Fuente: Elaboración propia

**Figura 5. Artesanías mas pedidas por los comerciantes**

En los mercados de Masaya se demostró que un 27% de los comerciantes, están dispuestos a comprar todos los estilos de estos productos, el restante de los comerciantes que se dividen en una minoría opinaron que les gustaría vender set de inodoros y otras artesanías antes mencionadas.

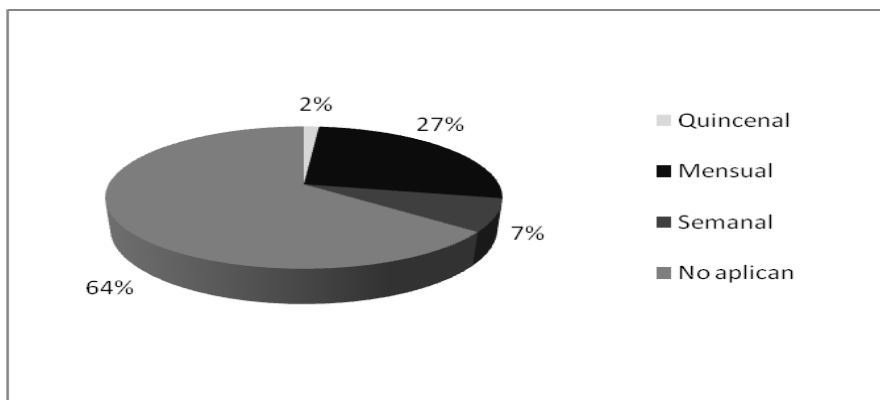
El 64% de los encuestados se distribuye de la siguiente manera al 48% que ya venden y un 16% que no están interesados en vender este tipo de artesanías.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 6. Estilos de artesanías mas gustadas por los clientes potenciales**

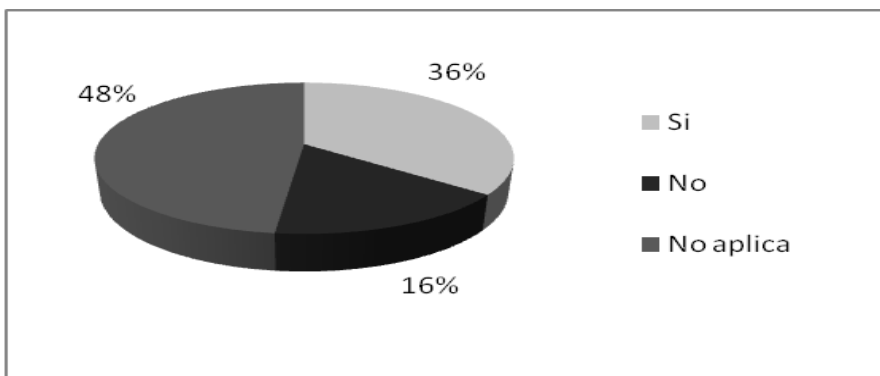
26% de los comerciantes opinan, que todas las artesanías son demandadas, 5.20 % cree que la artesanía textil más demanda son los set de inodoros, 1.50% respondieron que la mas demandada, serian los protectores de licuadora, 1.50% opina que serian, las tortilleras y paneras 0.70 % dicen que las artesanías mas demandada son los protectores de microondas, 1.50% respondieron la artesanía mas demanda son los organizadores de cepillos dentales. Si observamos la figura y realizamos una suma de todas las personas resultarían ser 36% de comerciantes opinan que todas las artesanías son demandadas.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 7. Forma de abastecimiento mas señalada por los comerciantes**

Un 27% de los encuestados dijeron que se abastecerían de artesanía textil mensualmente, 7% respondieron que se abastecerían semanalmente, y 2% respondieron que comprarían quincenalmente, Como podemos observar en la figura, la mayor parte de los comerciantes opinan que la mejor manera de abastecerse es de forma mensual, siendo este un factor importante a tomar ya que, los comerciantes establecen un tiempo determinado para efectuar el proceso de la venta.



Fuente: Elaboración propia

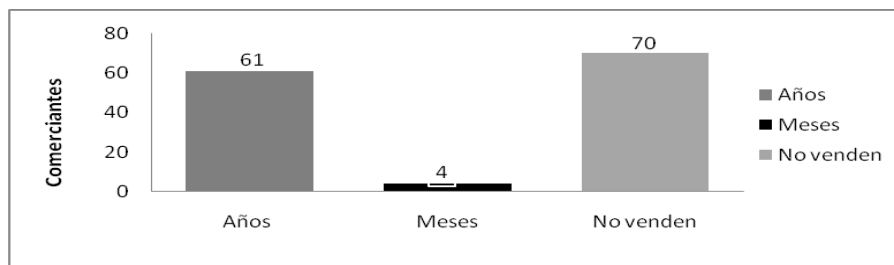
**Figura 8. Comerciantes con dispocision de vender artesanía textil**

Esta información refleja que el 36% de los comerciantes que no venden artesanía textil son potenciales vendedores, ya que ellos demostraron interés en la comercialización de las artesanías textiles, tales como: set de inodoros, protectores de licuadora, tortilleras, paneras, Protectores para hornos, protectores para microondas, organizadores de cepillos dentales.



## 5.1 Resultados de las encuestas aplicadas a vendedores actuales de la artesanía textil.

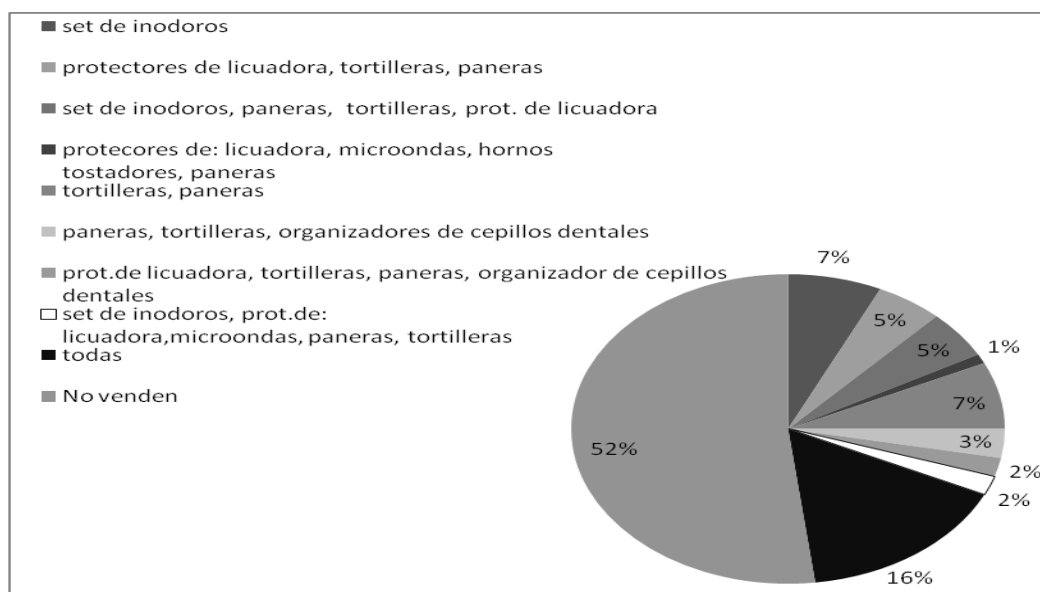
La artesanía textil es un producto que por su vistosidad y utilidad en los hogares no puede pasar por desapercibido, es por eso que gran parte de los comerciantes de artesanía textil, en la ciudad de Masaya, poseen en sus centros de ventas dichas piezas.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 9. Tiempo de experiencia en la venta de artesanía textil**

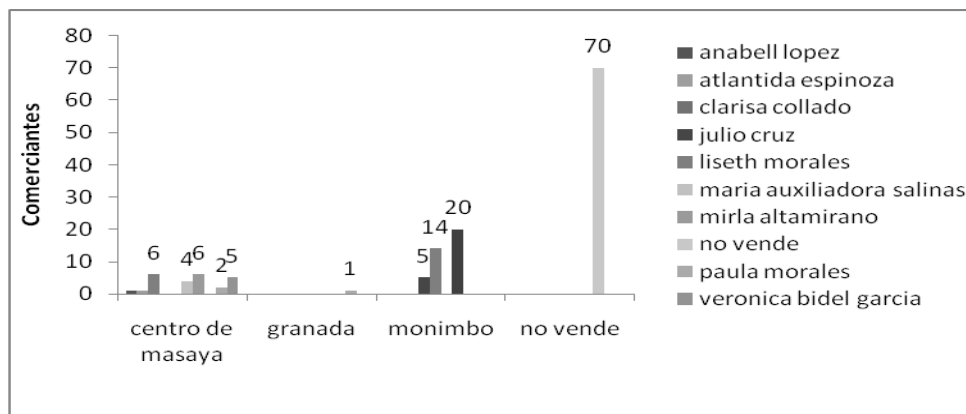
61 comerciantes respondieron que desde hace muchos años ellos venden la artesanía textil, este elemento les permite a los comerciantes ser más eficientes, ya que la experiencia es lo más importante en el sector comercial, 4 comerciantes nos respondieron que desde hace unos pocos meses venden artesanía textil, como podemos ver siempre en el sector comercial hay un incremento de comerciantes que están dispuestos a vender la artesanía textil, y los 70 que observamos en la figura representan los comerciantes que no venden.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 10. Estilos de artesanías más vendidas**

16% de los encuestados respondieron que vendían todos los estilos de artesanía textil y un 7% respondieron que los set de inodoros son los más vendidos, el resto que corresponden a una minoría de comerciantes se dividen en todos los estilos de artesanías que venden.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 11 . Nombre de los artesanos actuales y procedencia**

Los artesanos identificados de la artesanía textil son 10, entre los que poseen mayores índices de posesionamiento en los mercados esta Mirla Altamirano proveniente de Monimbo, esta artesana abastece a 20 comerciantes, Liseth Morales abastece a 14 comerciantes y ella es proveniente de Monimbo como podemos observar la artesanía de Monimbo abarca la mayor parte de los mercados esto se debe a los años que estos artesanos tienen de trabajar con artesanías. Los otros artesanos son unos del centro de Masaya y un artesano de Granada.

**Cuadro 2. Frecuencia de abastecimiento y origen de la artesanía textil**

		Frecuencia de abastecimiento				Total
		Semanal	Quincenal	Mensual	No venden	
De donde proviene la artesanía textil que usted vende	Centro de Masaya	3	10	12	0	25
	Granada	0	0	1	0	1
	Monimbo	3	7	29	0	39
	No venden	0	0	0	70	70
Total		6	17	42	70	135

Fuente: Elaboración propia

En los mercados de Masaya, 29 comerciantes compran las artesanías de forma mensual, y son provenientes de Monimbo, 12 comerciantes también la adquieren de forma mensual pero su artesanía proviene del centro de Masaya, 10 comerciantes compran con una frecuencia quincenal y su procedencia es del centro de Masaya, otros 7 también la adquieren quincenal, pero la artesanía proviene de Monimbo. Los comerciantes recalcan que, la frecuencia de compra depende de los volúmenes de ventas dados en esos momentos.

Consideraremos que el punto de frecuencia máximo de compra es mensual porque la mayoría así lo indico.

## **5.2 cantidades de piezas que compran los comerciantes en la actualidad.**

### **Set de inodoros**

16% (22) comerciantes compran 3 piezas mensuales, 6% (8) comerciantes compran 6 piezas mensuales, 6% (8) compran 2 piezas mensuales, 2% (3) comerciantes compran 12 piezas mensuales el total de piezas compradas de este tipo de artesanía son: 166 piezas mensuales en 41 comerciantes.

Los (70%) son 94 que lo constituyen los 70 comerciantes que no venden y 24 que venden artesanía, pero no artesanía set de inodoros. (Ver anexo1).

### **Protectores de licuadora**

15%(20) comerciantes compran 3 piezas mensuales, 11%(15) compran 6 piezas mensuales, 4%(5) comerciantes compran 2 piezas mensuales y 2%(3) compran 12 piezas mensuales corresponden a un total de 196 piezas de protectores de licuadora mensual, en 43 comerciantes.

Los 68%(92) corresponden a los 70 comerciantes que no venden y 22 comerciantes que no compran este tipo de artesanía textil. (Ver anexo2).

### **Tortilleras**

15% (21) comerciantes compran 3 piezas mensuales ,16% (22) comerciantes compran 6 piezas mensuales, 4%(5) compran 2 piezas mensuales, otros 4%(5) compran 12 piezas mensuales, 1%(1) comerciantes compran 4 pieza mensual y 1% (1) comerciante compra 24 piezas mensuales obteniendo un total de 293 piezas mensuales en 58 comerciantes.

59% (80) que se demuestran en el grafico son de: los 70 que no venden y 10 que no venden este tipo de artesanía. (Ver anexo3).

### **Paneras**

5%(6) comerciantes compran 21 piezas mensuales, 1%(1) comerciantes compra 4 piezas mensuales, 16%(19) comerciantes compran 3 piezas mensuales,1%(1) comerciante compra 24 piezas mensual,4%(5) compran 2 piezas mensuales,3%(4) comerciantes compran 12 piezas mensuales ,con un total de 269 piezas mensuales, en 36 comerciantes .

Los70% (84) reflejados son de 70 comerciantes que no venden y 14 comerciantes que venden artesanías, pero no de este tipo. (Ver anexo 4).

### **Protectores para horno tostador**

12%(16) comerciantes compran 3 piezas mensuales, 3%(4) comerciantes compran 6 piezas de artesanías mensual y3% (4) comerciantes compran 2 piezas mensuales, esto nos da un total de 80 piezas mensuales para un total de 24 comerciantes.

Los 82%(111) reflejados en el grafico corresponden a 70 comerciantes que no venden y 41 comerciantes que no venden protectores para hornos tostador. (Ver anexo 5)

### **Protectores para microondas**

2%(3) comerciantes compran 6 piezas mensuales, 12%(16) comerciantes compran 3 piezas mensuales, 3%(4) comerciantes compran 2 piezas mensuales, resultando un total de 74 protectores para microondas con un total de 23 comerciantes.

Los 83% (112) reflejados en el grafico representan a los 70 comerciantes que no venden artesanía textil, y 42 comerciantes no venden este tipo de artesanía textil. (Ver anexo 6).

### **Organizadores de cepillos dentales**

10%(14) de los comerciantes compran 6 piezas de artesanía mensual, 1% (1) comerciante compra 5 piezas mensual, 1%(1) comerciante compra 2 piezas mensual, 6%(8) comerciantes compran 3 piezas mensuales, 1% (1) comerciantes compra 2 piezas mensual, 3%(4) comerciantes compran 12 piezas mensuales, resultando un total de 167 organizadores de cepillos dentales mensuales, con 29 comerciantes compradores.

Los 78%(106) reflejados en el grafico son de los 70 comerciantes que no venden y 36 comerciantes que venden artesanía textil pero no este tipo. (Ver anexo 7).

### **5.3 precios de compra por los comerciantes en la actualidad.**

#### **Set de inodoros**

23 comerciantes compran la pieza de esta artesanía a C\$110, 13 comerciantes compran la pieza a C\$100, 3 comerciantes compran la pieza a C\$120, 1 comerciante compra la pieza a C\$120 y 1 comerciante compra el set de inodoros a C\$90. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$108 por unidad.

Los 94 comerciantes reflejados en el grafico corresponden a los 70 comerciantes que no venden y 24 que venden artesanías, pero no venden set de inodoros. (Ver anexo 8).

#### **Protectores de licuadora**

19 comerciantes compran los protectores de licuadora a C\$ 40, 11 comerciantes compran a C\$45 la pieza, 10 comerciantes compran esta artesanía a C\$35, 2 comerciantes la compran a C\$30. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$37.50 por unidad

Los 92 comerciantes que se detallan son 70 que no venden y 22 que no manejan este precio porque no venden este tipo de artesanía. (Ver anexo 9).

#### **Tortilleras**

18 comerciantes compran este tipo de artesanía a C\$40, 16 comerciantes compran a C\$45 la pieza, 16 comerciantes compran a C\$35, 3 comerciantes compran esta artesanía a C\$30 la pieza, 2 comerciantes comprarla pieza de tortilleras a C\$25. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$35 por unidad

Los 82 representados en el grafico son de los 70 que no venden y 12 comerciantes que no venden este tipo de artesanía. (Ver anexo 10).

### **Paneras**

20 comerciantes compran las paneras a C\$40, 15 comerciantes la compran a C\$45, 11 comerciantes compran a C\$35 la pieza, 3 comerciantes compra a C\$30, 1 comerciante la compra a C\$25 y 1 comerciante compra la pieza a C\$20. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$32.50 por unidad

Los 84 graficados corresponden a 70 comerciantes que no venden artesanías y 14 comerciantes que venden artesanía textil pero no de este tipo, por ende no conoce el precio de venta.(ver anexo11)

### **Protectores para microondas**

10 comerciantes compran protectores de microondas a C\$40, 7 compran esta artesanía a C\$45 y 7 comerciantes la compran a C\$35. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$37 por unidad.

Los 111 reflejados son de 70 comerciantes que no venden artesanías y 41 comerciantes que no venden este tipo de artesanías. (Ver anexo 12)

### **Protectores para horno tostador**

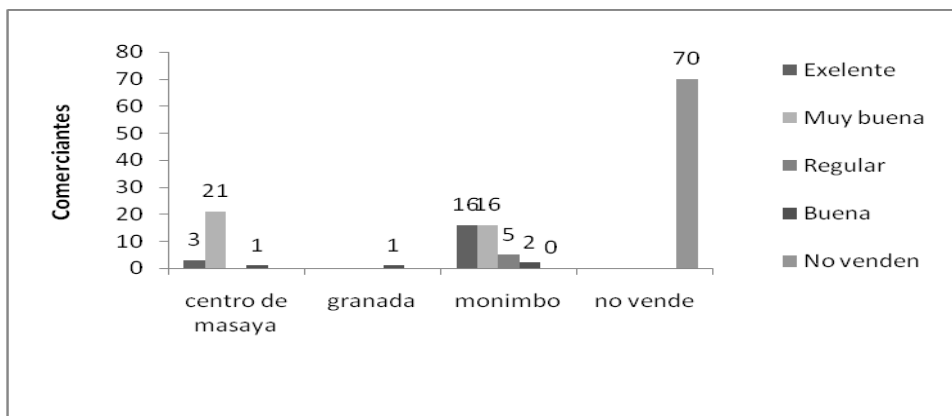
12 comerciantes compran los protectores para hornos tostadores a C \$40, 7 compran este tipo de artesanía a C\$35, 4 comerciantes compran esta artesanía a C\$45 la pieza. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los set de inodoros es de C\$40 por unidad

Los 112 comerciantes están constituidos por 70 comerciantes que no venden artesanías y 42 que no venden protectores para hornos tostador. (Ver anexo13)

### **Organizadores de cepillos dentales**

20 comerciantes compran los organizadores de cepillos dentales a a c\$20, 9 comerciantes compra este tipo de artesanía a C\$ 25. Lo que se puede concluir que el precio promedio de compra de los organizadores es de C\$22.50 por unidad

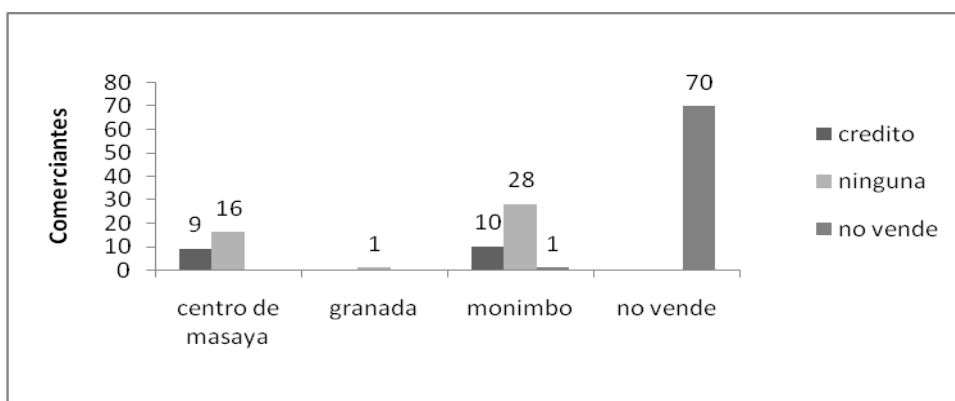
106 comerciantes no conocen el precio de esta artesanía, lo constituyen 70 comerciantes que no venden artesanía y 36 comerciantes que venden artesanía textil, pero no organizadores de cepillos dentales. (Ver anexo 14)



Fuente: Elaboración propia

**Figura 12. Calidad de la artesanía textil que se ofrece en la actualidad**

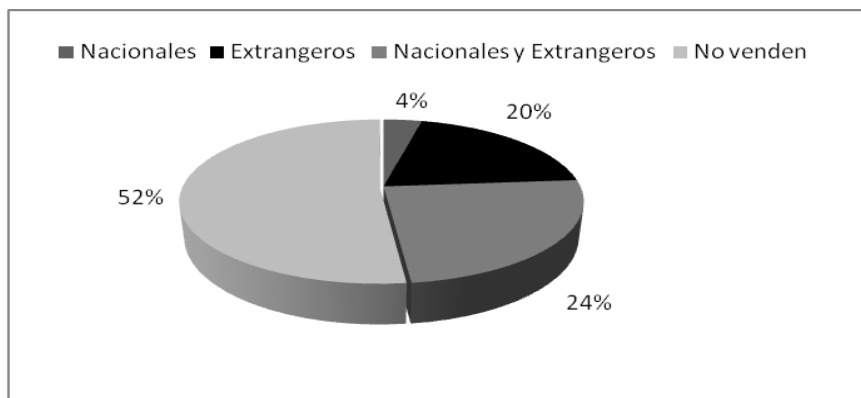
21 comerciantes dijeron que la artesanía que ellos compraban era muy buena, y su origen es del centro de Masaya, 16 respondieron que era muy buena y otros 16 respondieron que es excelente y ambas son de artesanos de Monimbo, una minoría de 5 comerciantes demostraron poco agrado calificando las artesanías de regular y su procedencia es de Monimbo.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 13. Beneficios que brindan los proveedores a los comerciantes**

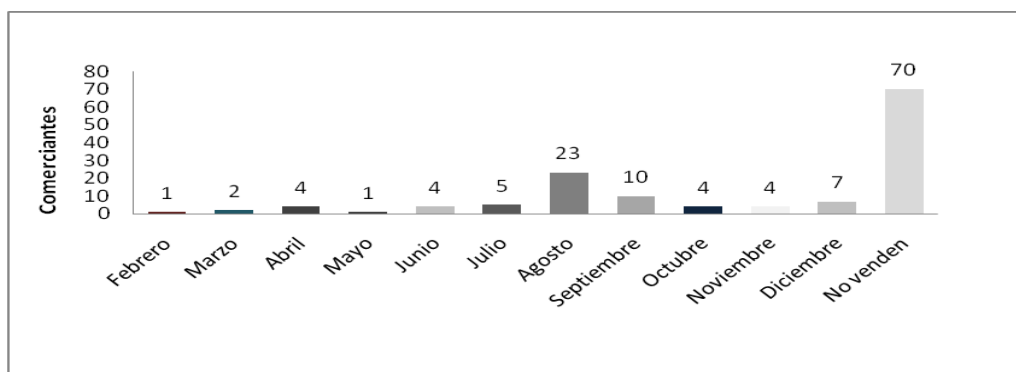
9, comerciantes reciben como beneficio créditos y sus proveedores son provenientes de el centro de Masaya otros 10, comerciantes también reciben crédito y sus proveedores son Monimbo, 28 comerciantes respondieron que los artesanos no les dan ningún beneficio y sus artesanos son de Monimbo, al igual que 16 comerciantes que respondieron que no reciben ningún tipo de beneficio y sus proveedores son del centro de Masaya.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 14. Nacionalidad de los demandantes de la artesanía textil**

Nacionales y extranjeros en su mayoría son los que demandan más las artesanías textil con un 24% según los comerciantes, un 20% de los que más demandan las artesanías textiles son extranjeros y un 4% son consumidores de artesanías nacionales.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 15. Meses del año que mas se demanda la artesanía textil**

Los comerciantes opinan que en todo el año se vende la artesanía textil, pero en los meses de agosto y septiembre se incrementan las ventas en un 60%, ya que son las temporadas en que los mercados están mas llenos de turistas, eso sucede debido a que en esa temporada los visitantes extranjeros están de vacaciones y deciden, quedarse en Masaya, también en estos meses comienzan las fiestas patronales de la ciudad, motivo por el cual es visitada por turistas nacionales y extranjeros.

**Cuadro 3. Cálculo de las piezas de los clientes actuales (48%) y de los clientes potenciales (36%) de la artesanía este se realiza con una frecuencia mensual.**

Tipo de pieza	Comerciantes que ya venden		Comerciantes que les gustaría vender 36% 48 (piezas)	Sumatoria de piezas de los clientes actuales y los potenciales
	Numero de comerciantes	Número de piezas		
Set de inodoros	41	166	194	360
Protectores de licuadoras	43	196	218	414
Tortilleras	58	293	242	535
Paneras	36	269	358	627
Protectores para horno	24	80	160	240
Protectores para microondas	23	74	148	222
Organizadores de cepillos dentales	29	167	276	443

Fuente: Elaboración propia

El cálculo para la demanda potencial y actual se realizó de la siguiente manera:

Ej.: 166 son el número de piezas que 41 comerciantes compran en la actualidad.

$166/41=4.04*48$  comerciantes que les gustaría vender esto nos da un resultado de 194 piezas potenciales.



**Cuadro 4. Cuadro comparativo de los precios que el productor vende la artesanía y precios calculados de los costos de cada una de las artesanías textiles.**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>*PRECIOS ACTUALES AL COMERCIANTE</b>	<b>COSTOS DE PRODUCCION POR CADA ARTESANIA DEL "TALLER MASAYA"</b>
<b>Set de inodoros</b>	C\$ 108	C\$ 89.15
<b>Protectores de licuadora</b>	C\$ 37.50	C\$ 19.88
<b>Tortilleras</b>	C\$ 35	C\$ 27.93
<b>Paneras</b>	C\$ 32.50	C\$ 35.95
<b>Protector de microondas</b>	C\$ 37	C\$ 34.43
<b>Protectores para hornos tostador</b>	C\$ 40	C\$ 28.43
<b>Organizadores de cepillos dentales</b>	C\$ 22.50	C\$ 19.83

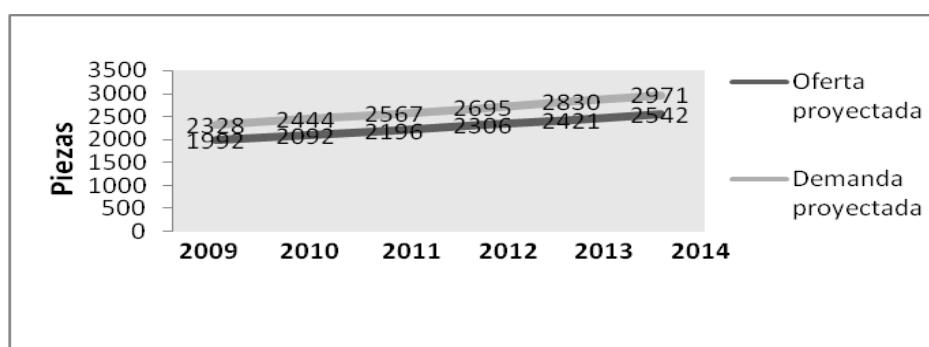
Elaboración: fuente propia

\*Los precios fueron obtenidos en el mes de Agosto 2009

#### **5.4 Proyecciones de la oferta y demanda de las artesanías calculada a 5 años.**

Las proyecciones de la oferta y demanda, fueron obtenidas mediante la recopilación de la información de las encuestas de los clientes actuales y potenciales.

Aumentando dicha oferta y demanda en un 5% anualmente, dato proporcionado por comerciantes y artesanas de la ciudad, basándose en la demanda real de los mercados, de esta manera se identificarán las piezas de más demanda en los próximos 5 años.



Elaboración: fuente propia

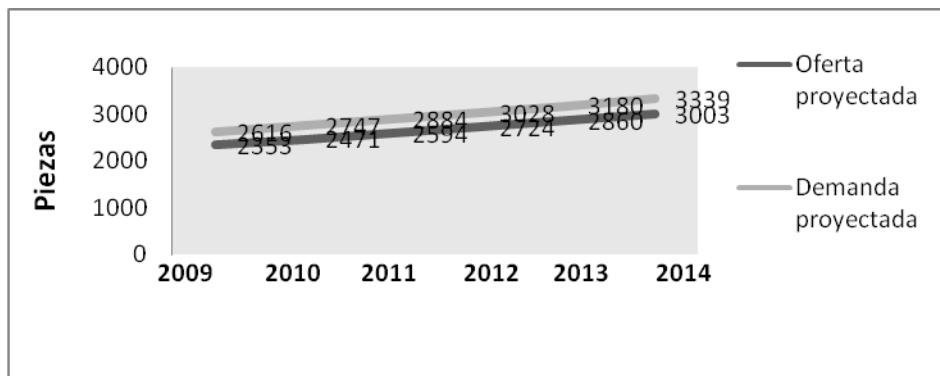
**Figura 16. Proyección de set de inodoros**

Las proyecciones de la artesanía de set de inodoros, indican que se tendrá una tasa de crecimiento anual del 5% para la oferta y demanda respectivamente, calculadas desde el año 2009 hasta el 2014.

La demanda en el 2014 se pronostica que alcanzara 2,971 piezas reflejando el 5% de crecimiento anual con respecto a las 2,328 piezas demandadas en el 2009.

Por otra parte se refleja un déficit de producción es decir que la oferta es menor que la demanda.

Así en el 2014 existirá una demanda de 2,971 y una oferta de 2,542 piezas, existiendo un déficit productivo de 429 piezas. (Ver anexo 15).



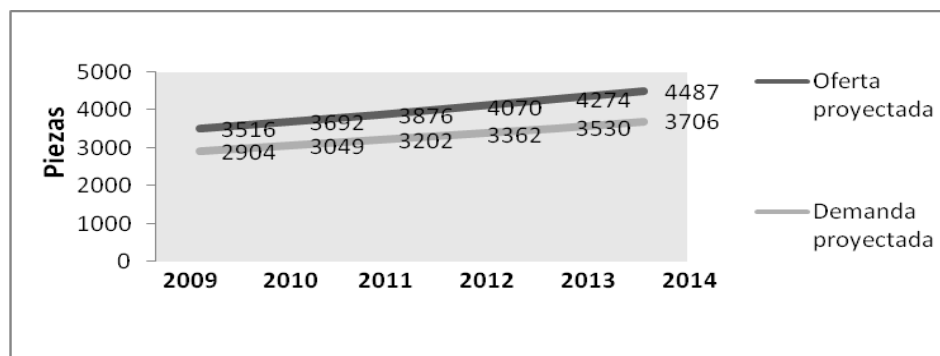
Elaboración: fuente propia

**Figura 17. Proyeccion de protectores de licuadora**

En las proyecciones de los protectores de licuadora tenemos que la demanda y la oferta tendrán una tasa de crecimiento del 5% anual desde el año 2009 hasta el 2014.

Para el 2014 las proyecciones indican que la demanda de protectores de licuadora será de 3,339 piezas aumentando un 5% anual desde el año 2009.

Esta demanda indica que durante los 5 años calculados existirá un déficit de producción es decir que la oferta es menor que la demanda. Así en el 2014 existirá un déficit de 336 piezas.(ver anexo 16).

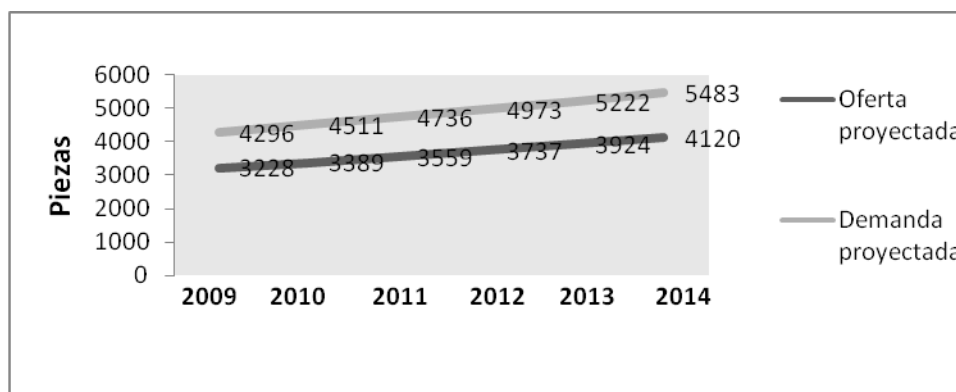


Elaboración: fuente propia

**Figura 18. Proyeccion de tortilleras**

En las proyecciones de las tortilleras tenemos que la demanda y la oferta tendrán una tasa de crecimiento del 5% anual desde el año 2009 hasta el 2014.

La demanda en el 2014 será de 3,706 piezas y la oferta será de 4,487, resultando un superávit de 781 piezas, esto nos indica que la oferta es mayor que la demanda., Cabe recalcar que este tipo de artesanía es gustada, pero sucede que el comerciante sobre excede los límites de compra y se convierte en una pieza superávit en todos los años calculados. (Ver anexo17).



Elaboración: fuente propia

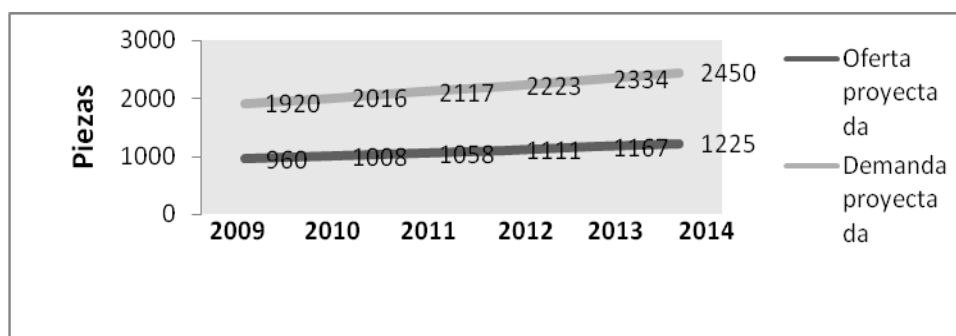
**Figura 19. Proyeccion de paneras**

En las proyecciones de las paneras la demanda y la oferta indican que se tendrá una tasa de crecimiento anual del 5% desde el 2009 hasta el 2014.

En el 2014 las proyecciones indican que la demanda de piezas de paneras será de 4,120 y la oferta proyectada de 5,483.

La demanda indica que existirá para el 2014 un déficit productivo es decir, que la oferta es menor a la demanda así en el 2014 existirá un déficit de 1,363 paneras.

Las proyecciones reflejan que la producción de las paneras seguirá siendo inferior a la demanda en los próximos 5 años. (Ver anexo 18)



Elaboración: fuente propia

**Figura 20. Proyeccion de protectores para hornos tostador**

Las proyecciones de los protectores para hornos tostador indican que existe un déficit productivo en los 5 años calculados, es decir que la oferta es menos a la demanda.

El aumento de la oferta y la demanda es del 5% en cada año en el 2014 existirá una demanda de 2,450 y una oferta de 1,225 piezas, existiendo un déficit productivo de 1,225 piezas, Las proyecciones reflejan que la producción de protectores para hornos tostadores seguirá siendo inferior a la demanda en los próximos 5 años. (ver anexo 19)



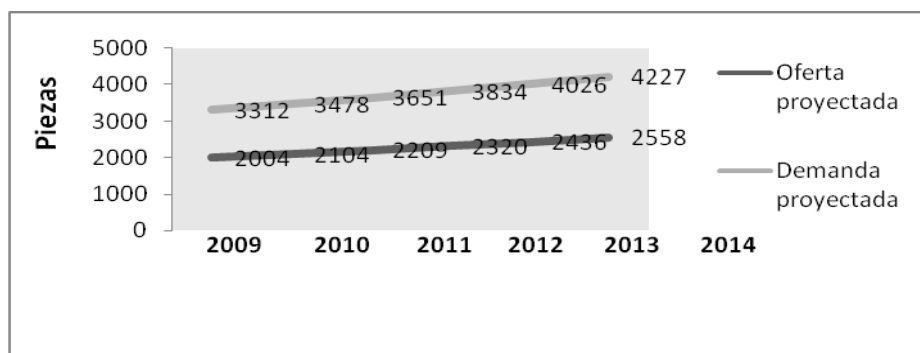
Elaboración: fuente propia

**Figura 21. Proyeccion de protectores para microondas**

En las proyecciones de protectores para microondas la demanda y la oferta indican que se tendrá una tasa de crecimiento anual del 5% desde el año 2009 hasta el 2014.

En el 2014 la demanda será de 2,267y la oferta de 1,133 piezas con un déficit de producción para ese año de 1,133.

Las proyecciones reflejan que la producción de los protectores de microondas seguirá siendo inferior a la demanda durante los próximos 5 años. (Ver anexo 20)



Elaboración: fuente propia

**Figura 22. Proyeccion de organizadores de cepillos dentales**

En las proyecciones de los organizadores de cepillos dentales la demanda y la oferta indican que se tendrá una tasa de crecimiento anual del 5% desde el 2009 hasta el 2014.

Por cuanto los organizadores de cepillos dentales en las proyecciones indican que en el 2014 la demanda será de 4,227 y la oferta de 2,558 obteniendo un déficit productivo para ese año de 1,669 piezas, Como podemos observar en los 5 años calculados existe déficit productivo, es decir que la oferta es menor a la demanda. (Ver anexo 21).

## 5.5 Canales de comercialización de la artesanía textil

La mayoría de los productores de la artesanía textil utilizan a los comerciantes como un puente para llevar su producto a los consumidores finales.

Los artesanos delegan a los comerciantes una parte de su labor para concretar el proceso de venta, después de todo ellos son los especialistas en saber a quienes les van a vender.

El canal de comercialización que se identifica mediante el estudio realizado de la artesanía textil es el siguiente:

### CANAL DE 1 NIVEL



Las funciones de cada eslabón comprenden una importante acción, ya que la especialización, en el desarrollo de las actividades proporciona un mejor alcance en cada una de las áreas.

La estructura del canal de comercialización de la artesanía textil está diseñada de tal forma que el comprador final ya sea nacional o extranjero adquiera las artesanías a un precio más accesible, este tipo de canal permite a los artesanos más comunicación acerca de lo que piden los consumidores finales, es decir el comerciante actúa como un puente recíproco de sugerencias.

El canal de distribución de la artesanía textil, creado por ambas partes, es el más indicado, ya que las posibilidades (ubicación, infraestructura) de los artesanos no les permite crear un negocio en sus casas, tomando en cuenta que estas artesanías son productos que necesitan de mucha exhibición.

## 5.6 Márgenes de comercialización de las artesanías textil.

El cálculo de los márgenes brutos de comercialización, se realizó para cada uno de las artesanías, a través de información recolectada por detallistas encuestados en el año 2009, obteniendo los siguientes resultados.

Cuadro 5. Márgenes de comercialización de Set de inodoros.

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	89.15	89.15	82.5%
2	Detallista	108	18.85	17.5%
3	Consumidor		108	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $108 - 89.15 / 108 \times 100 = 17.5\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $108 - 18.85 / 108 \times 100 = 82.5\%$

En lo que respecta a la cadena de comercialización de los set de inodoros, el productor recibe el 82.5% del precio final pagado por el consumidor y el 17.5% restante le queda a los detallistas.

Cuadro 6. Márgenes de comercialización de Protectores de licuadora

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	19.88	19.88	53%
2	Detallista	37.5	17.62	47%
3	Consumidor		37.5	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $37.5 - 19.88 / 37.5 \times 100 = 47\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $37.5 - 17.62 / 37.5 \times 100 = 53\%$

En la comercialización de los protectores de licuadora, las artesanas reciben el 53% del precio que pagan los consumidores finales por el producto y los detallistas reciben el 47% restante de la ganancia.

Cuadro 7. Márgenes de comercialización de Tortilleras.

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	27.93	27.93	80%
2	Detallista	35	7.07	20%
3	Consumidor		35	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $35 - 27.93 / 35 \times 100 = 20\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $35 - 7.07 / 35 \times 100 = 80\%$

En la comercialización de las artesanías tortilleras, las artesanas reciben el 80% del precio que pagan los consumidores finales por el producto y los detallistas reciben el 20% restante es de ganancia.

Cuadro 8. Márgenes de comercialización de Paneras.

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	31.93	31.93	98%
2	Detallista	32.50	0.57	1.75%
3	Consumidor		32.50	100%

Elaboración: fuente propia

En la comercialización de las paneras, las artesanas reciben el 98% del precio que pagan los consumidores. Finales por el producto y los detallistas reciben el 1.75% restante de la ganancia.

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $32.5 - 31.93 / 32.5 \times 100 = 1.75\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $32.5 - 0.57 / 32.5 \times 100 = 98\%$

Cuadro 9. Márgenes de comercialización de Protectores de microondas

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	34.5	34.5	93%
2	Detallista	37	2.57	7%
3	Consumidor		37	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $37 - 34.43 / 37 \times 100 = 7\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $37 - 2.57 / 37 \times 100 = 93\%$

En la venta de los protectores de microondas, los artesanos reciben el 93% del precio que pagan los compradores finales de esta artesanía y los detallistas el 7% restante.

Cuadro 10. Márgenes de comercialización de Protectores para hornos tostadores

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	28.43	28.43	71%
2	Detallista	40	11.57	28.9%
3	Consumidor		40	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $40 - 28.5 / 40 \times 100 = 28.9\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $40 - 11.57 / 40 \times 100 = 71\%$

Dentro de los agentes de la cadena de comercialización para los protectores de hornos tostadores, el productor recibe el 71% del precio final pagado por el consumidor, por tanto, el 28.9% restante les queda a los detallistas que venden el producto directamente al cliente.



Cuadro 11. Márgenes de comercialización de Organizadores de cepillos dentales.

Nº	Agentes	Precio de venta	Margen Bruto	% de participación
1	Productor (Artesano)	19.83	19.83	88.13%
2	Detallista	22.50	2.67	11.86%
3	Consumidor		22.50	100%

Elaboración: fuente propia

Margen bruto de mercadeo (MBM) =  $22.5 - 19.83 / 22.5 \times 100 = 11.86\%$

Participación directa del productor (PDP) =  $22.5 - 2.67 / 22.5 \times 100 = 88.13\%$

En lo que respecta a la cadena de comercialización de los organizadores de cepillos dentales, el productor recibe el 88.13% del precio final pagado por el consumidor y el 11.86% restante le queda a los detallistas.

Cuadro 12. Precios de la artesanía desde el productor hasta el consumidor

Piezas	Precio del Productor	Precio del Detallista	Precio del consumidor
Set de inodoros	89.15	108	200
Protectores de licuadora	19.88	37.50	50
Tortilleras	27.93	35	55
Paneras	31.93	32.50	55
Protectores para microondas	34.43	37	55
Protectores para horno tostador	28.43	40	50
Organizadores de cepillos dentales	19.83	22.50	35

Elaboración: fuente propia

## VI. Conclusiones

- La demanda potencial identificada es de 36% (48 comerciantes) que están dispuestos a comprar para vender todos los estilos de artesanía textil, tales como: set de inodoros, protectores de licuadora, paneras, Protectores para hornos, protectores para microondas, organizadores de cepillos dentales.
- La demanda actual de las artesanías textil es de (45%) 65 comerciantes que compran todos los estilos de las artesanías, siendo las más vendidas los: set de inodoros, las paneras y los protectores de licuadora, esto es porque son los estilos más conocidos y los poseionados, en los mercados de la ciudad de Masaya.
- El proceso de compra de estos clientes potenciales se realizara según la mayoría de los comerciantes de forma mensual.
- Según los datos obtenidos en la encuesta Las ventas mensuales promedio son:
  - a. 166 set de inodoros
  - b. 196 protectores de licuadora
  - c. 293 tortilleras
  - d. 269 paneras
  - e. 80 protectores para hornos
  - f. 74 protectores para microondas
  - g. 167 organizadores de cepillos dentales.
- La demanda se incrementa en los meses de agosto y septiembre debido a que en esta temporada los turistas tanto nacionales como extranjeros visitan la ciudad, por sus fiestas patronales.
- Los productores de Monimbo y el centro de Masaya proporcionan crédito a algunos comerciantes, esta estrategia favorece la demanda de la artesanía , por la facilidad de pagos, con un periodo de un mes
- El canal de comercialización que se utiliza es el canal nivel 1 debido a que los productores venden sus productos mediante los comerciantes de los mercados.
- Dada las proyecciones de las piezas de artesanía textil que se elaboran la que no permite un ingreso al mercado es la artesanía "tortilleras" debido que existe superávit en la producción, para las otras artesanías se determina un déficit de producción lo que significa que la posibilidad de producir artesanías textil, es positiva
- En los cálculos de márgenes de comercialización, se obtuvo que los artesanos son los que reciben la mayor parte de las utilidades en todos los estilos de las artesanías.

## **VII. Recomendaciones a:**

### **INATEC- COSUDE**

- Recomendamos la inserción de nuevas empresas que elaboren este tipo de artesanías para satisfacer el déficit de la oferta encontrado en el estudio realizado.
- Establecer puestos de ventas para que los artesanos obtengan un mayor margen de comercialización.
- Que las instituciones gubernamentales y ONG desarrollen más interés en este sector artesanal.
- Generar alianzas estratégicas con instituciones del estado y ONG que apoyen la iniciativa emprendedora de los pequeños artesanos.
- Realizar un plan de negocio en el que se demuestre que la posibilidad de invertir en este rubro es positiva.

### **Artesanos de Masaya**

- Que los artesanos se especialicen en la elaboración de las artesanías mas demandadas como son: protectores para hornos, protectores para microondas, y organizadores de cepillos dentales, ya que son los productos con mayor déficit en la oferta.

### **Universidad Nacional Agraria**

- Incentivar a los estudiantes de la UNA a realizar estudios que promueven el desarrollo local de su ciudad o comunidad.

## VIII Literatura citada

Arellano Cueva 2000. Marketing. Enfoque Centro América. Segunda Edición. McGRAW- HILL/ INTERAMERICANA EDITORA S. A de C. V. México, D. F.

Araica Z. 2002, negocios agrarios II Managua Nicaragua.

Castillo I.manfut.org (en línea) consultado el 02 febrero 2009, disponible en <http://www.manfut.org/masaya/trajes2.html>

Cerda A, Simas (en línea), consultado 09 marzo 2008, disponible, <http://www.simas.org.ni/utills/enviar.php?idnoticia=3412>

Gamboa M.2007, Cada casa es un taller, primera edición editorial universal  
Pag.# 34,78.

Guerrero E 2008, comercio y turismo latente, Alcaldía de Masaya,  
Pág. #25, 38.

Ibarra C. 2003 Estudio de mercado, segunda edición.Editorial Oceano / cetrum México  
Instituto nicaragüense de turismo 2008 comercio pyme, Masaya.

Martínez L. gerente general de Alternativa, FDL. (2008) Entrevista.

MIFIC Mercado y comercio pyme, Masaya, 2008 Pág. #45

Noguera C. 2007 Masaya informa, documento de la alcaldía de Masaya.

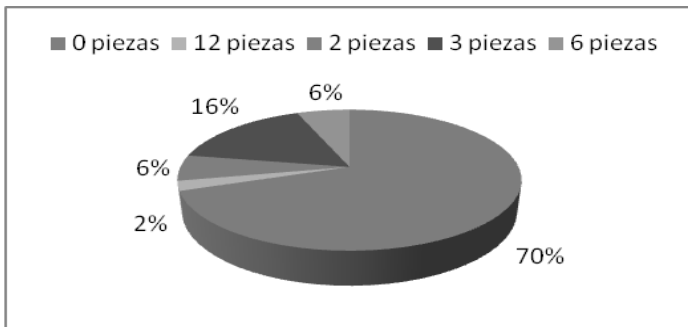
Ruiz F. M 2008 Turismo de Masaya, documento de intur - alcaldía  
De Masaya pag#12- 23

Valle A. 2009 Entrevista, realizada en la alcaldía de Masaya.

Vivas, 2005 Guía para la formulación y evaluación de proyectos Managua

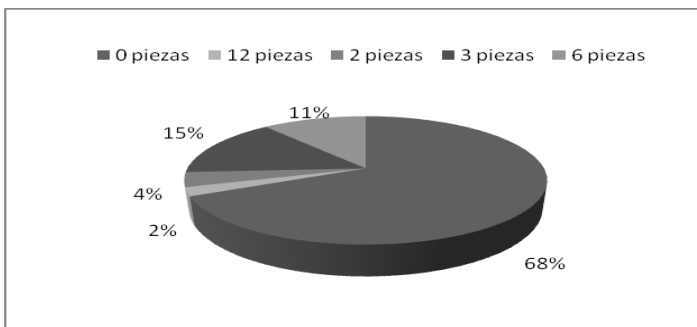
# **IX. ANEXOS**

Anexo 1. ¿Cuántas piezas de set de inodoro compra?



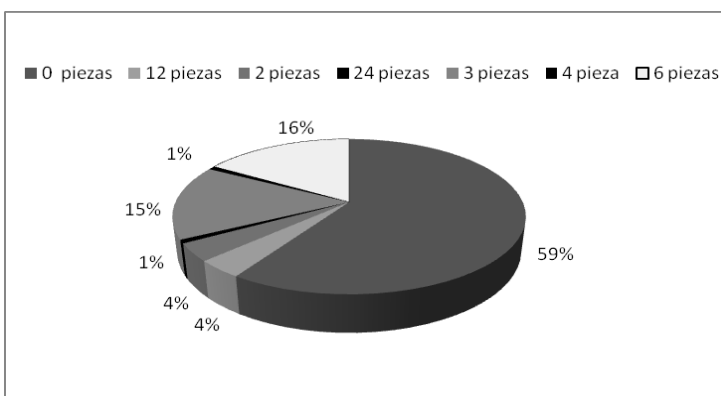
Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. ¿cuántas piezas de protectores de licuadora compra?



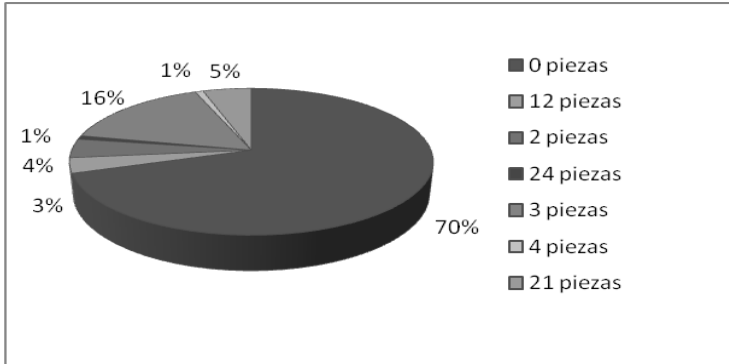
Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. ¿Cuántas piezas de tortilleras compra?



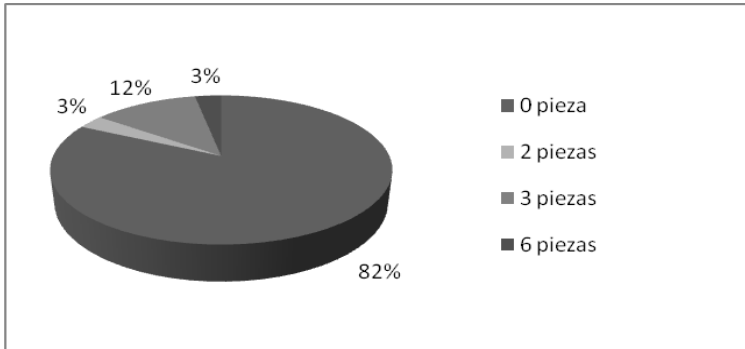
Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. ¿Cuántas piezas de paneras compra?



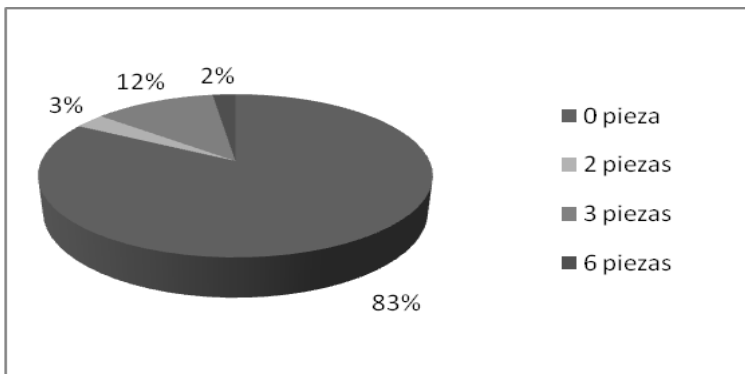
Fuente: Elaboración propia

Anexo 5. ¿Cuántas piezas de protectores para horno compra?



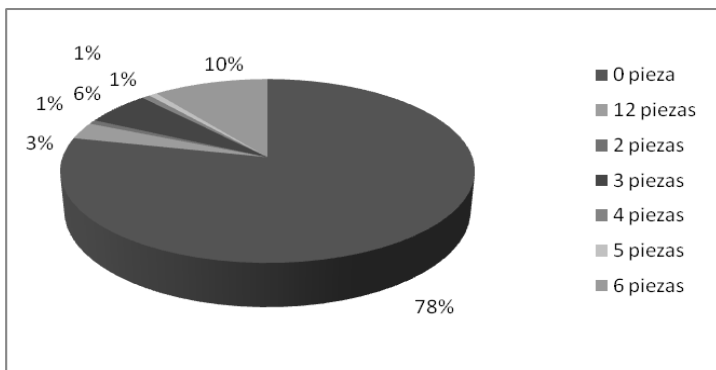
Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. ¿Cuántas piezas de protectores para microondas compra?



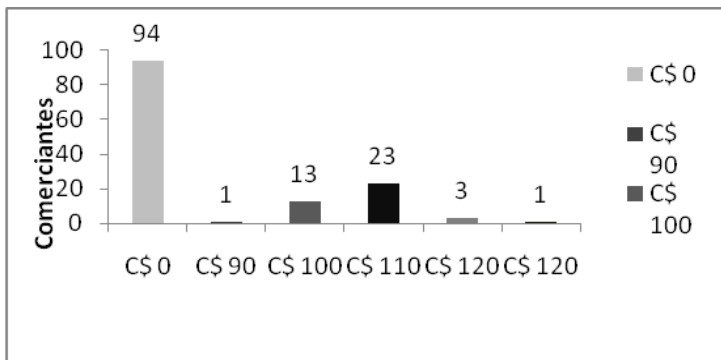
Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. ¿Cuántas piezas de organizadores de cepillos dentales compra?



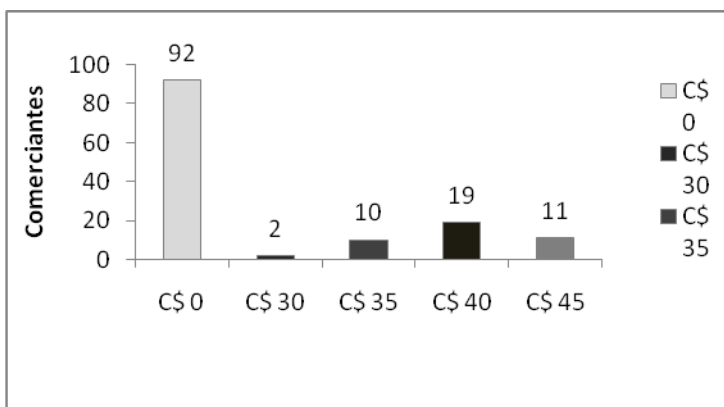
Fuente: Elaboración propia

Anexo 8. ¿A que precio compra el set de inodoros?



Fuente: Elaboración propia

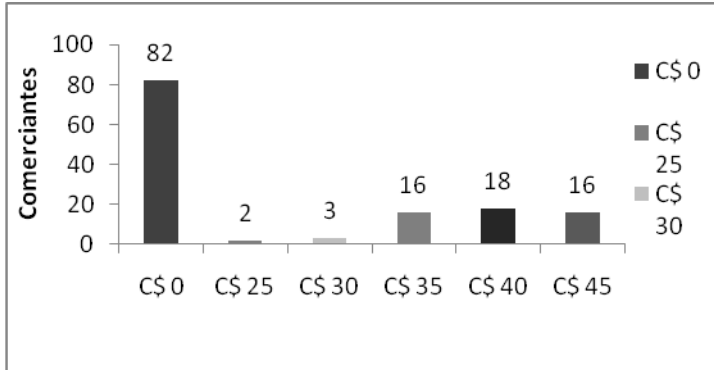
Anexo 9. ¿A que precio compra los protectores de licuadora?



Fuente: Elaboración propia

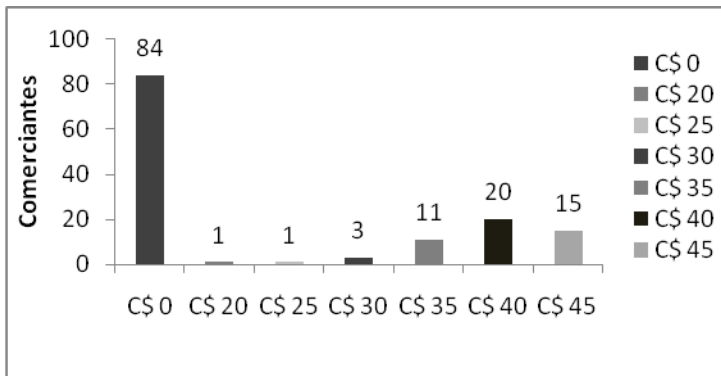


Anexo 10. ¿a que precio compra la pieza de tortillera?



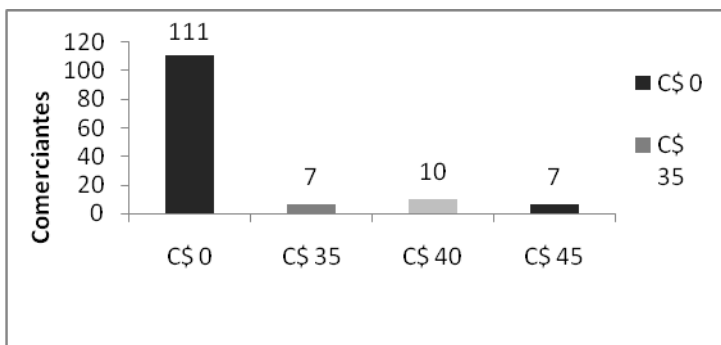
Fuente: Elaboración propia

Anexo 11. ¿A qué precio compra la pieza de panera?



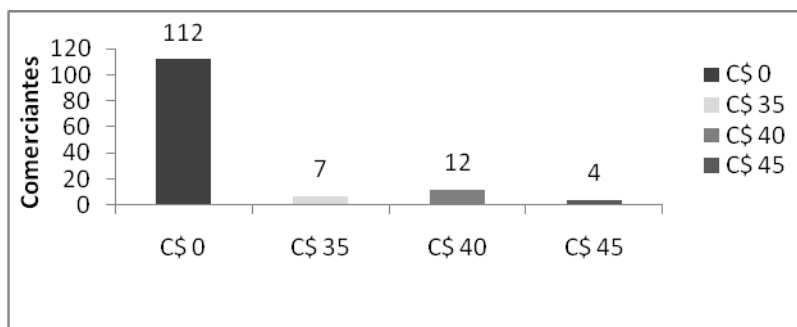
Fuente: Elaboración propia

Anexo 12. ¿A que precio compra los protectores de microondas?



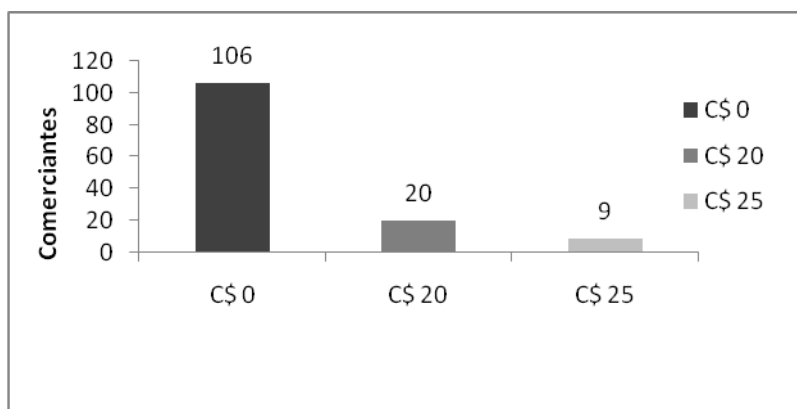
Fuente: Elaboración propia

Anexo 13. ¿A que precio compra los protectores de horno tostador?



Fuente: Elaboración propia

Anexo 14. ¿A qué precio compra los organizadores de cepillos dentales?



Fuente: Elaboración propia

Anexo 15. Proyección de oferta y demanda de Set de inodoros

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	1992	2328	-336
2010	2092	2444	-353
2011	2196	2567	-370
2012	2306	2695	-389
2013	2421	2830	-408
2014	2542	2971	-429

Fuente: Elaboración propia

Anexo16. Proyección de oferta y demanda de Protector de licuadora

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	2353	2616	-263
2010	2471	2747	-276
2011	2594	2884	-290
2012	2724	3028	-304
2013	2860	3180	-320
2014	3003	3339	-336

Fuente: Elaboración propia

Anexo17. Proyección de oferta y demanda de tortilleras

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Súper avit
2009	3516	2904	612
2010	3692	3049	643
2011	3876	3202	675
2012	4070	3362	708
2013	4274	3530	744
2014	4487	3706	781

Fuente: Elaboración propia

Anexo18. Proyección de oferta y demanda de paneras

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	3228	4296	-1068
2010	3389	4511	-1121
2011	3559	4736	-1177
2012	3737	4973	-1236
2013	3924	5222	-1298
2014	4120	5483	-1363

Fuente: Elaboración propia

Anexo19. Proyección de oferta y demanda de Protector para horno tostador

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	960	1920	-960
2010	1008	2016	-1008
2011	1058	2117	-1058
2012	1111	2223	-1111
2013	1167	2334	-1167
2014	1225	2450	-1225

Fuente: Elaboración propia

Anexo 20. Proyección de oferta y demanda de Protectores para microondas

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	888	1776	-888
2010	932	1865	-932
2011	979	1958	-979
2012	1028	2056	-1028
2013	1079	2159	-1079
2014	1133	2267	-1133

Fuente: Elaboración propia

Anexo 21. Proyección de oferta y demanda de Organizadores de cepillos dentales

Años	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Déficit
2009	2004	3312	-1308
2010	2104	3478	-1373
2011	2209	3651	-1442
2012	2320	3834	-1514
2013	2436	4026	-1590
2014	2558	4227	-1669

Fuente: Elaboración propia

## Costos de producción de cada artesanía textil

### Anexo 22. Costo de producción de set de inodoros

<b>Set de inodoro</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
Tela	1	yd	12.00
Encaje	5	yd	10.00
Cinta gruesa	3	yd	6.00
Esponja	1	pliego	15.00
Toalla	1	Unid.	10.00
Hilo	1	Unid.	0.75
Elástico	2	yd	1.20
pasador	1	Unid.	1.00
Zíper	1	Unid.	3.00
Silicón	1	Unid.	2.00
Etiqueta	1	Unid.	1.00
Cinta fina	4	yd	2.40
Carita (Pintura)	1	Unid.	1.80
Lana	1	Unid.	5.00
Mano de obra			18.00
<b>TOTAL</b>			<b>89.15</b>

Fuente: Elaboración propia

### Anexo 23. Costo de producción de de protectores de licuadora

<b>Protector de licuadora</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
Tela	1/2	yd	6.00
Encaje	2	yd	4.00
Hilo	1/3	Unid.	0.75
Etiqueta	1	Unid.	1.00
Cinta fina	4	yd	2.40
Carita (Pintura)	1	Unid.	1.80
Lana	1	Unid.	1.68
Pasador	1	Unid.	1.00
Tiza	1/8	Unid.	1.25
<b>TOTAL</b>			<b>19.88</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 24. Costo de producción de set de horno tostador

<b>Protector de Horno Tostador</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
Tela	1/2	yd	6.00
Encaje	1/2	yd	1.00
Hilo	1	Unid.	0.75
Etiqueta	1	Unid.	1.00
Cinta fina	6	yd	7.20
Carita (Pintura)	1	Unid.	1.80
Lana	1	Unid.	1.68
Pasador	1	Unid.	1.00
<b>Mano de obra</b>			<b>8.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>28.43</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 25. Costo de producción de protectores de microondas

<b>Protector de Microondas</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
Tela	1	yd	12.00
Encaje	1/2	yd	1.00
Hilo	1	Unid.	0.75
Etiqueta	1	Unid.	1.00
Cinta fina	6	yd	7.20
Carita (Pintura)	1	Unid.	1.80
Lana	1	Unid.	1.68
Pasador	1	Unid.	1.00
<b>Mano de obra</b>			<b>8.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>34.43</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 26. Costo de producción de tortilleras

<b>Tortillera</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
<b>Tela</b>	1/2	yd	5.00
<b>Encaje</b>	1/2	yd	1.00
<b>Hilo</b>	1	Unid.	0.75
<b>Elástico</b>	1/2	yd	0.30
<b>Etiqueta</b>	1	Unid.	1.00
<b>Cinta fina</b>	4	yd	2.40
<b>Carita (Pintura)</b>	1	Unid.	1.80
<b>Lana</b>	1	Unid.	1.68
<b>Canastilla</b>	1	Unid.	5.00
<b>Pasador</b>	1	Unid.	1.00
<b>Mano de obra</b>			8.00
<b>TOTAL</b>			<b>27.93</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 27. Costo de producción de de paneras

<b>Panera</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
<b>Tela</b>	1/2	yd	5.00
<b>Encaje</b>	1	yd	2.00
<b>Hilo</b>	1	Unid.	0.75
<b>Elástico</b>	1/2	yd	0.30
<b>Etiqueta</b>	1	Unid.	1.00
<b>Cinta fina</b>	4	yd	2.40
<b>Carita (Pintura)</b>	1	Unid.	1.80
<b>Lana</b>	1	Unid.	1.68
<b>Panera</b>	1	Unid.	8.00
<b>Pasador</b>	1	Unid.	1.00
<b>Mano de obra</b>			8.00
<b>TOTAL</b>			<b>31.93</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 28. Costo de producción de organizador de cepillos dentales

<b>Organizador de Cepillos dentales</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Q. x Unid. Producida</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo x unid. Producida</b>
<b>Tela</b>	1/4	yd	3.00
<b>Encaje</b>	1	yd	2.00
<b>Hilo</b>	1	Unid.	0.75
<b>Etiqueta</b>	1	Unid.	1.00
<b>Cinta fina</b>	1	yd	0.60
<b>Carita (Pintura)</b>	1	Unid.	1.80
<b>Lana</b>	1	Unid.	1.68
<b>Pasador</b>	1	Unid.	1.00
<b>Mano de obra</b>			8.00
<b>TOTAL</b>			<b>19.83</b>

Fuente: Elaboración propia

**Anexo 29. Frecuencia y porcentaje de las encuestas realizadas en los mercados de la ciudad de Masaya.**

**El establecimiento es**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Propio	70	51,9	51,9	51,9
Alquilado	65	48,1	48,1	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**Nivel académico del dueño**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos primaria	15	11,1	11,1	11,1
secundaria	100	74,1	74,1	85,2
técnico	11	8,1	8,1	93,3
universitario	9	6,7	6,7	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



**¿Vende artesanía textil?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	65	48,1	48,1	48,1
no	70	51,9	51,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Porque usted no vende artesanía textil?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos no conoce el producto	1	,7	,7	,7
poca promoción del producto	69	51,1	51,1	51,9
no aplica	65	48,1	48,1	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Si se le asegurara un producto de calidad estaría dispuesto a vender artesanía textil?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	48	35,6	35,6	35,6
no	22	16,3	16,3	51,9
no aplica	65	48,1	48,1	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿De los siguientes estilos de artesanías textiles cual le gustaría vender más?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	set de inodoros	6	4,4	4,4	4,4
	protector de licuadoras, tortilleras, paneras	1	,7	,7	5,2
	Prot. de licuadora, tortilleras, paneras, prot. de microondas, prot. de hornos, organizador de cepillos dentales	2	1,5	1,5	6,7
	tortilleras, paneras	1	,7	,7	7,4
	set de inodoros, prot de licuadora, tortilleras, paneras, prot de microondas, organizador de cepillos dentales	2	1,5	1,5	8,9
	todas	36	26,7	26,7	35,6
	no aplica	87	64,4	64,4	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿De las siguientes artesanías cual considera que sería más demandada?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	set de inodoros	7	5,2	5,2	5,2
	protector de licuadoras	2	1,5	1,5	6,7
	tortilleras	2	1,5	1,5	8,1
	protector de microondas	1	,7	,7	8,9
	organizador de cepillos de dientes	2	1,5	1,5	10,4
	todas	34	25,2	25,2	35,6
	no aplica	87	64,4	64,4	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cada cuanto cree que necesitaría abastecerse de artesanía textil**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	quincenal	2	1,5	1,5	1,5
	mensual	36	26,7	26,7	28,1
	semanal	10	7,4	7,4	35,6
	no aplica	87	64,4	64,4	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Desde cuándo vende artesanía textil?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	años	61	45,2	45,2	45,2
	meses	4	3,0	3,0	48,1
	no aplica	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿De los siguientes estilos de artesanías textil, cual vende mas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	9	6,7	6,7	6,7
set de inodoros, prot de licuadoras, tortilleras, paneras	7	5,2	5,2	11,9
set de inodoros, prot de licuadora, tortilleras, paneras, prot de licuadora, tortilleras, paneras,	7	5,2	5,2	17,0
prot de microondas, prot de hornos	1	,7	,7	17,8
tortilleras, paneras	10	7,4	7,4	25,2
paneras, tortilleras, organizador de cepillos dentales	4	3,0	3,0	28,1
prot de licuadora, tortilleras, paneras, organizador de cepillos dentales	1	,7	,7	28,9
prot de licuadora, tortillera	2	1,5	1,5	30,4
set de inodoros, prot de licuadora, tortilleras, paneras, prot de microondas	3	2,2	2,2	32,6
todas	21	15,6	15,6	48,1
no aplica	70	51,9	51,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Quien le abastece de artesanía textil?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Anabel López	1	,7	,7	,7
	Atlántida Espinoza	1	,7	,7	1,5
	Clarisa collado	6	4,4	4,4	5,9
	Julio cruz	5	3,7	3,7	9,6
	Liseth morales	14	10,4	10,4	20,0
	María auxiliadora salinas	4	3,0	3,0	23,0
	Mirla Altamirano	26	19,3	19,3	42,2
	No vende	70	51,9	51,9	94,1
	Paula morales	3	2,2	2,2	96,3
	Verónica bidel García	5	3,7	3,7	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿De donde proviene la artesanía textil que usted vende?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	centro de Masaya	25	18,5	18,5	18,5
	granada	1	,7	,7	19,3
	Monimbo	39	28,9	28,9	48,1
	no vende	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cada cuanto se abastece de artesanía textil?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	semanal	6	4,4	4,4	4,4
	quincenal	17	12,6	12,6	17,0
	mensual	42	31,1	31,1	48,1
	no aplica	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de set de inodoros?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	94	69,6	69,6	69,6
	12	3	2,2	2,2	71,9
	2	8	5,9	5,9	77,8
	3	22	16,3	16,3	94,1
	6	8	5,9	5,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de prot de licuadora?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	92	68,1	68,1	68,1
	12	3	2,2	2,2	70,4
	2	5	3,7	3,7	74,1
	3	20	14,8	14,8	88,9
	6	15	11,1	11,1	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de tortilleras?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	80	59,3	59,3	59,3
	12	5	3,7	3,7	63,0
	2	5	3,7	3,7	66,7
	24	1	,7	,7	67,4
	3	21	15,6	15,6	83,0
	4	1	,7	,7	83,7
	6	22	16,3	16,3	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de paneras?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	84	62,2	62,2	62,2
	12	4	3,0	3,0	65,2
	2	5	3,7	3,7	68,9
	24	1	,7	,7	69,6
	3	19	14,1	14,1	83,7
	4	1	,7	,7	84,4
	6	21	15,6	15,6	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de protectores de hornos tostador?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	111	82,2	82,2	82,2
	2	4	3,0	3,0	85,2
	3	16	11,9	11,9	97,0
	6	4	3,0	3,0	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de protectores de microonda?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	112	83,0	83,0	83,0
	2	4	3,0	3,0	85,9
	3	16	11,9	11,9	97,8
	6	3	2,2	2,2	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente :Elaboración propia

**¿Cuántas piezas de artesanías compra aproximadamente de organizador de cepillos dentales?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	106	78,5	78,5	78,5
	12	4	3,0	3,0	81,5
	2	1	,7	,7	82,2
	3	8	5,9	5,9	88,1
	4	1	,7	,7	88,9
	5	1	,7	,7	89,6
	6	14	10,4	10,4	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A que precio compra la pieza de artesanía textil set inodoro?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	94	69,6	69,6	69,6
	\$90.00	1	,7	,7	70,4
	\$100.00	13	9,6	9,6	80,0
	\$110.00	23	17,0	17,0	97,0
	\$120.00	3	2,2	2,2	99,3
	\$130.00	1	,7	,7	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A que precio compra la pieza de artesanía textil licuadora?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	92	68,1	68,1	68,1
	\$30.00	2	1,5	1,5	69,6
	\$35.00	11	8,1	8,1	77,8
	\$40.00	19	14,1	14,1	91,9
	\$45.00	11	8,1	8,1	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



**¿A qué precio compra la pieza de tortilleras?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	80	59,3	59,3	59,3
	\$25.00	2	1,5	1,5	60,7
	\$30.00	3	2,2	2,2	63,0
	\$35.00	16	11,9	11,9	74,8
	\$40.00	18	13,3	13,3	88,1
	\$45.00	16	11,9	11,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A qué precio compra la pieza de paneras?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	84	62,2	62,2	62,2
	\$20.00	1	,7	,7	63,0
	\$25.00	1	,7	,7	63,7
	\$30.00	3	2,2	2,2	65,9
	\$35.00	11	8,1	8,1	74,1
	\$40.00	20	14,8	14,8	88,9
	\$45.00	15	11,1	11,1	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A qué precio compra la pieza de protectores de microondas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	111	82,2	82,2	82,2
	\$35.00	7	5,2	5,2	87,4
	\$40.00	10	7,4	7,4	94,8
	\$45.00	7	5,2	5,2	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A qué precio compra la pieza de protectores de horno tostador?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	112	83,0	83,0	83,0
	\$35.00	7	5,2	5,2	88,1
	\$40.00	12	8,9	8,9	97,0
	\$45.00	4	3,0	3,0	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿A qué precio compra la pieza de organizador de cepillos dentales?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$ .00	106	78,5	78,5	78,5
	\$20.00	20	14,8	14,8	93,3
	\$25.00	9	6,7	6,7	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Qué opina de la calidad de artesanía textil que usted oferta?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	excelente	19	14,1	14,1	14,1
	muy buena	37	27,4	27,4	41,5
	regular	5	3,7	3,7	45,2
	buena	3	2,2	2,2	47,4
	no aplica	71	52,6	52,6	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Recibe algún beneficio de los proveedores?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	crédito	19	14,1	14,1	14,1
	ninguna	42	31,1	31,1	45,2
	no	3	2,2	2,2	47,4
	no vende	71	52,6	52,6	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Como vende el producto?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	directo al cliente	65	48,1	48,1	48,1
	no aplica	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Quienes demandan más la artesanía textil?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	nacionales	5	3,7	3,7	3,7
	extranjeros	27	20,0	20,0	23,7
	nacionales y extranjeros	33	24,4	24,4	48,1
	no aplica	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿Tiene algún tipo de cliente fijo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no	65	48,1	48,1	48,1
	no vende	70	51,9	51,9	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**¿En qué meses del año se demanda más este producto?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos febrero	1	,7	,7	,7
marzo	2	1,5	1,5	2,2
abril	4	3,0	3,0	5,2
mayo	1	,7	,7	5,9
junio	4	3,0	3,0	8,9
julio	5	3,7	3,7	12,6
agosto	23	17,0	17,0	29,6
septiembre	10	7,4	7,4	37,0
octubre	4	3,0	3,0	40,0
noviembre	4	3,0	3,0	43,0
diciembre	7	5,2	5,2	48,1
no aplica	70	51,9	51,9	100,0
Total	135	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 30. Fotos de artesanias



Anexo 31. Encuesta realizada a los comerciantes

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA.  
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL.

Encuesta dirigida a los comerciantes Actuales y Potenciales de Artesanía textil.

Objetivo de la encuesta: Identificar la demanda actual y potencial de artesanía textil en la ciudad de Masaya.

I- Datos generales:

Nombre del propietario: \_\_\_\_\_

Nombre del establecimiento: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ E- mail: \_\_\_\_\_

El local es: Propio \_\_\_\_\_ Alquilado \_\_\_\_\_

Nivel académico del dueño:

Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Técnico \_\_\_\_\_ Universidad \_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_

II- Oferta:

1- ¿Vende artesanía textil?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2- ¿Por qué usted no vende artesanía textil?

No conoce el producto \_\_\_\_\_

Poca promoción del producto \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

3- ¿Si se le asegurara un producto de calidad, estaría dispuesto a vender artesanía textil?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4- De los siguientes estilos de artesanía textil, ¿cuál le gustaría vender más?

- Set de inodoros.(contiene 5 piezas) \_\_\_\_\_
- Protector de licuadoras \_\_\_\_\_
- Tortilleras \_\_\_\_\_
- Paneras \_\_\_\_\_
- Protector de microondas \_\_\_\_\_
- Protector para hornos tostadores \_\_\_\_\_
- Organizador de cepillos de dientes \_\_\_\_\_
- Todas \_\_\_\_\_

- Otros \_\_\_\_\_

5- De los siguientes de artesanía, ¿cuál considera que sería más demandada?

- Set de inodoros.(contiene 5 piezas) \_\_\_\_\_
- Protector de licuadoras \_\_\_\_\_
- Tortilleras \_\_\_\_\_
- Paneras \_\_\_\_\_
- Protector de microondas \_\_\_\_\_
- Protector para hornos tostadores \_\_\_\_\_
- Organizador de cepillos de dientes \_\_\_\_\_
- Todas \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_ -

6- ¿Cada cuanto cree que necesitaría abastecerse de artesanía textil?

Quincenal \_\_\_\_\_ semanal \_\_\_\_\_

Mensual \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

7- ¿Desde cuándo vende artesanía textil?

Años \_\_\_\_\_ Meses \_\_\_\_\_

8- De los siguientes estilos de artesanía textil, ¿cuál vende más?

- Set de inodoros.(contiene 5 piezas) \_\_\_\_\_
- Protector de licuadoras \_\_\_\_\_
- Tortilleras \_\_\_\_\_
- Paneras \_\_\_\_\_
- Protector de microondas \_\_\_\_\_
- Protector para hornos tostadores \_\_\_\_\_
- Organizador de cepillos de dientes \_\_\_\_\_
- Todas \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

9- ¿quién le abastece de la artesanía textil? Nombre del vendedor

\_\_\_\_\_

10- De donde proviene la artesanía textil que usted vende?

\_\_\_\_\_

11- ¿Cada cuánto se abastece de artesanía textil?

Semanal \_\_\_\_\_ Mensual \_\_\_\_\_

Quincenal \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

12- Cuanto compra artesanía textil, ¿cuántas piezas compra aproximadamente?

- Set de inodoros.(contiene 5 piezas)\_\_\_\_\_
- Protector de licuadoras\_\_\_\_\_
- Tortilleras\_\_\_\_\_
- Paneras\_\_\_\_\_
- Protector de microondas \_\_\_\_\_
- Protector para hornos tostadores\_\_\_\_\_
- Organizador de cepillos de dientes\_\_\_\_\_
- Otros\_\_\_\_\_
- Todas\_\_\_\_\_

13- ¿a que precio compra la pieza de artesanía textil?

- Set de inodoros.(contiene 5 piezas)\_\_\_\_\_
- Protector de licuadoras\_\_\_\_\_
- Tortilleras\_\_\_\_\_
- Paneras\_\_\_\_\_
- Protector de microondas \_\_\_\_\_
- Protector para hornos tostadores\_\_\_\_\_
- Organizador de cepillos de dientes\_\_\_\_\_
- Otros\_\_\_\_\_
- Todas\_\_\_\_\_

14- ¿Qué opina de la calidad de artesanía textil que usted oferta?

Excelente\_\_\_\_\_ Regular\_\_\_\_\_ Buena\_\_\_\_\_

Muy buena\_\_\_\_ Mala\_\_\_\_\_

15- ¿Recibe algún beneficio de los proveedores? Especifique.

\_\_\_\_\_

16-¿Cómo vende usted el producto?

Puesto de venta\_\_\_\_\_

Directo al cliente\_\_\_\_\_

A domicilio\_\_\_\_\_

Otros\_\_\_\_\_

III- Demanda:

17- ¿Cuál es la demanda promedio en su negocio? Cantidad por unidad de tiempo



Diario\_\_\_\_\_ Semanal\_\_\_\_\_ Mensual\_\_\_\_\_

18- ¿Quiénes demandan más la artesanía textil?

Nacionales\_\_\_\_\_ Extranjeros\_\_\_\_\_ nacionales y extranjeros \_\_\_\_\_

19- ¿Tiene algún tipo de cliente fijo? Especifique.

\_\_\_\_\_

20- ¿En qué meses del año se demanda más este producto?

Enero\_\_\_\_\_

Julio\_\_\_\_\_

Febrero\_\_\_\_\_

Agosto\_\_\_\_\_

Marzo\_\_\_\_\_

Septiembre\_\_\_\_\_

Abril\_\_\_\_\_

Octubre\_\_\_\_\_

Mayo\_\_\_\_\_

Noviembre\_\_\_\_\_

Junio\_\_\_\_\_

Diciembre\_\_\_\_\_

Observaciones del encuestador: \_\_\_\_\_