

La Tecnología Detrás del Mueble

Argueta Ugalde Omar

Universidad Anáhuac México Sur, Facultad de Ingeniería

La Estrategia es una Oportunidad Mexicana

México es un país que necesita desarrollar actividades económicas cuyas características le permitan establecer ventajas competitivas concretas. Si bien contamos con industrias de gran importancia y presencia a nivel internacional, en la producción de alto volumen dependemos de las decisiones de inversión de otros países y de sus tecnologías. Y aun contando con todos estos recursos no ofrecemos ventajas claras.

Sin embargo el éxito para poder innovar un proceso o establecer una oportunidad atractiva de negocio radica en descubrir y analizar los hechos, al privilegiar en análisis lógico, distinguir lo relevante, mediante la utilización de un marco de referencia el cual pueda complementar y apoyar las decisiones a tomar. Al aplicar en los nichos de bajo volumen la tecnología y el diseño propio, aplicados de forma creativa, son el principal ingrediente del valor agregado, con inversiones alcanzables.

Complementado además por la mano de obra apropiada, su calidad, flexibilidad y no solo por su costo.

1. Introducción

La información oportuna y correctamente interpretada otorga la mayor ventaja ante el primer paso que es la definición de lo que va a ser el campo del negocio, para determinar el campo es necesario revisar el comportamiento del producto interno bruto. Actualmente lo más sencillo es observar el crecimiento de los sectores y a su vez verificar el comportamiento de los subsectores esta información es publicada por el instituto nacional de estadística y geografía (INEGI), existen diferentes tipos de subsectores además de que muestra los millones de pesos representa por trimestre el subsector, de este modo el subsector seleccionado es el número 337 fabricación de muebles y productos relacionados. La

siguiente grafica muestra el comportamiento de todos los subsectores hasta el cuarto trimestre del 2008[2].

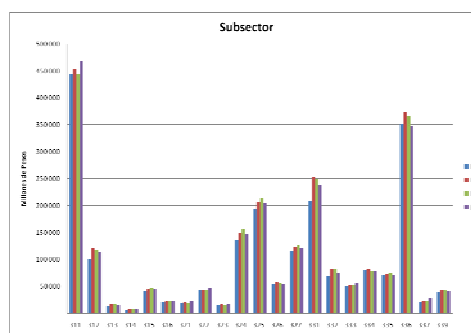


Fig. 1. Comportamiento de los Subsectores

Este subsector representa menos de 50,000 millones de pesos a su vez podemos observar que fue uno de los pocos subsectores con un crecimiento durante el último trimestre del 2008. Por lo cual podemos asumir que es un generador de riqueza en desarrollo, que su vez no ha sido explotado como el subsector de alimentos. Posterior al establecimiento del campo de negocio se debe de identificar las oportunidades atractivas, definir el entorno del mercado, establecer los recursos y competencias del negocio, entender el reto competitivo, tomar decisiones estratégicas determinantes, planear las relaciones estratégicas, entender la dinámica de beneficios e implementar la estrategia obtenida de todos estos puntos desarrollados.

2. Identificación de las oportunidades atractivas

Como se establece en la introducción ya se encuentra definida la oportunidad atractiva del negocio sin embargo, el siguiente punto es establecer el entorno del mercado para lo cual existen tres variables a considerar tipo de productos, Para poder explicar la demanda potencial a la cual se dirigirá este concepto, vamos a dividir en dos conceptos uno de mercado meta y otro de mercado potencial, el mercado meta es el mercado tipo A esto según la

descripción que AMAI, establece y el mercado potencial es el mercado tipo B esto se establece por el nivel socioeconómico al cual se desea que el producto sea introducido, Se puede obtener esta información de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, donde hay cuatro grupos socioeconómicos definidos. Lo más sencillo será establecer el mercado al que el producto será introducido, mediante este paso lo será fácil determinar la calidad y tipos de productos a fabricar. Simplificando así el tipo de producción que se desea realizar.

2.1 Recursos y Competencias

En este punto se debe de establecer el espacio que se requiere para fabricar los productos, así como la maquinaria y la mano de obra para poder comenzar a trabajar, aquí se van a empezar a establecer los primeros costos del proyecto, a partir de este punto se definen los recursos y competencias. En las competencias se deben de mencionar las ventajas competitivas, así como entender los competidores potenciales ya que estos representan la parte del mercado a la cual desearemos entrar.

Ya que se entiende cual es el reto competitivo, se deberán de planear las relaciones estratégicas, como es el proveedor de materia prima, así como el personal de logística, etc. Esto da un significado de cuáles son los eslabones que pueden hacer más fuerte y redituable tu negocio. Ahora que ya se vio como cada paso afecta el siguiente si se aterriza en el subsector escogido se obtiene los siguientes resultados:

Para poder explicar el entorno del mercado, se establece la demanda potencial a la cual se dirigirá este concepto, vamos a dividir en dos conceptos uno de mercado meta y otro de mercado potencial, el mercado meta es el mercado tipo A esto según la descripción que "AMAI"¹, establece y el mercado potencial es el mercado tipo B y tipo C. El mercado tipo A es lo se conoce como la clase económica alta, el mercado tipo B se le conoce como clase media alta y la clase C se le conoce como clase media baja. El mercado potencial es el grupo socioeconómico que hará uso de nuestro concepto de forma regular y el mercado meta es el cual queremos que se convierta en nuestro mercado potencial. Esto se va a lograr prestando una serie de productos y atención que la competencia no ha desarrollado al día de hoy.

Los recursos con los que el negocio ya cuenta son con el terreno y la construcción en el lugar antes mencionado, en el parque industrial de Cd. Sahagún, Hgo. Se cuenta con mano de obra calificada para la operación de la línea productiva así como los diseñadores industriales y personal de mantenimiento que requerirá la planta. Sin embargo uno de los factores por los que se pretende establecer la empresa en esta región es por la Ley de Fomento Económico del Estado de Hidalgo, la cual establece que celebren convenios, para promover los programas conducentes para elevar de manera significativa, la instalación de las empresas de nueva creación, para que se instalen en el Estado.²

Esto significa que el Estado aporte desde el terreno hasta, así como la implementación de programas de incentivos fiscales es por eso que se hace un gran énfasis en cuanto la asociación mercantil en la que se desea que esta empresa sea constituida.

El estado de hidalgo a su vez ayuda con el contacto de proveedores de materia prima a empresas del rubro además, básicamente la materia prima requerida es la siguiente:

- MADERAS DURAS ASERRADAS DE LOS ESTADOS UNIDOS (ALISO, ALMEZ, CEREZO, ENCINOS, FRESNO, NOGAL, POPLAR, ETC.)
- MADERAS BLANDAS ASERRADAS DE LOS ESTADOS UNIDOS (PINO PONDEROSA, PINO AMARILLO "SYP", ETC.)
- SPRUCE CANADIENSE
- MADERAS CORTADAS PARA TARIMA
- TRIPLAYS Y CHAPAS DE MADERAS DURAS Y BLANDAS DE LOS ESTADOS UNIDOS, SUDAMERICA, AFRICA Y ASIA.
- TABLEROS (MDF, HDF, OSB, INSULACION, AGLOMERADOS, MDO, ETC.
- FLAXBOARD.
- CHAPAS, PANELES Y PISOS DE LOS ESTADOS UNIDOS
- PINO RADIATA, ELLIOTIS Y TAEDA DE SUDAMERICA
- ANDIROBA, CEDRO, BANAK Y OTRAS ESPECIES TROPICALES DE SUDAMERIC

¹ Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados

²Diario Oficial del Estado de Hidalgo, publicación del 5 de noviembre del 2001

- CAOBILLA DE INDONESIA (TRIPLAY DE MERANTI)
- TABLEROS DELGADOS de MDF DE 2.5mm a 6mm
- Barniz UV
- Tintas UV

Esto con el fin de mantener las proyecciones financieras que se presentaran a continuación, así como un pequeño layout de la planta y los componentes de la misma[1].

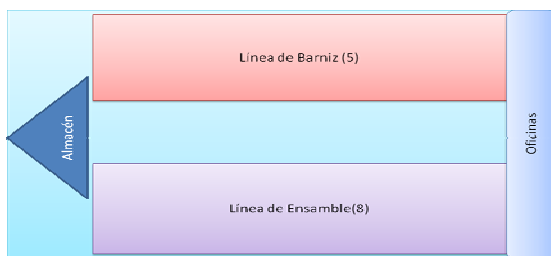


Fig. 2. Layout de la Planta

Los números entre paréntesis representan el número de estaciones que serán requeridos en las líneas, la línea de Barniz tendrá un costo de \$300,000³ ya que llevara los siguientes equipos:

- Entintadora
- Horno de secado (IR)
- Barnizadora
- Horno de secado (UV)
- Lijadora

Teniendo como ventaja que la Barnizadora puede ser utilizada para dar las tres etapas del barnizado, que se conforman de base, fondo y acabado. La lijadora es un mal necesario ya que para aplicar las últimas dos capas es necesario asentar la primera capa, para que se fijen bien las siguientes capas. Además de poder mantener una velocidad de línea de 10 m/min que me podrá mantener en un ambiente competitivo a nivel mundial. La limitante de esta maquinaria es que solo permitirá realizar paneles sin molduras, ya que no es posible barnizarlos con este tipo de maquinaria y es a su vez una meta a la cual se quiere llegar a ser una empresa que pueda realizar todos sus procesos de manufactura, acabados, siempre y cuando estos sean rentables.

3. Análisis de resultados

³ Mademaq Empresa dedicada a la venta de maquinaria para la industria mueblera.

El estudio financiero será el que muestre la rentabilidad del proyecto, donde el principal indicador es el retorno de la inversión lo que establecerá una manera confiable y precisa de donde se encuentra el proyecto a todo momento, por lo cual el indicador que se deberá de estar revisando mes tras mes son las ventas y los costos de venta; ya que estos indicadores permitirán determinar objetivamente si se están logrando las metas en la empresa, o en su caso analizar de forma más precisa los objetivos económicos establecidos para poder lograr la tasa interna de retorno que establece el estudio financiero.

4. Conclusiones

Para poder implementar una estrategia de negocio se deben de seguir los siguientes pasos:

1. Definir el campo de negocio. Además de definir oportunidades atractivas (Contexto del Negocio).
2. Identificar las oportunidades atractivas.
3. Entrar al entorno del mercado.
4. Recurso y competencia del negocio con que se cuenta y para que, se es competente.
5. Entender el reto competitivo.
6. Tomar decisiones estratégicas fuertes.
7. Planear las relaciones críticas.
8. Entender la dinámica de beneficios.
9. Implementación de la estrategia.

Hoy en día no hay una postura clara sobre si se identifica o se crea una necesidad. Lo que este trabajo establece es la identificación de una oportunidad de negocio, cabe recalcar que lo que se pretende es crear una empresa generadora de riqueza y no una empresa orientada a la comercialización de productos.

El éxito que se pretende lograr está relacionado con los años que se ven proyectados de rentabilidad en la empresa. Se considera fundamental el primer año de trabajo. Si las condiciones permiten finanzas sanas el primer año, se considerará que la empresa es rentable. En la mayoría de los casos estudiados de empresas creadas, en el primer año no se consideran nuevos mercados o reducciones de costos, lo cual lleva en ocasiones a la desaparición de empresas recién generadas. Es por ello esencial tener muy claro los alcances de la nueva empresa en un determinado periodo de tiempo.

Por esta razón, y en concordancia con el pensamiento anterior, el trabajo se está actualizando con el fin de ajustarse a la situación económica en la que el País se encuentra en estos momentos.