

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

TEMA:
IMPACTO DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE MUEBLES DE HOGAR
EN LAS FAMILIAS DEL CANTÓN QUITO, PARA EL PERÍODO 2006 - 2011

AUTORES:
MARÍA ADELAIDA CHÁVEZ BUCHELI
OSCAR FERNANDO DE LA TORRE GALARZA

DIRECTOR:
RÓMULO EDUARDO MENA CAMPAÑA

Quito, abril de 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros María Adelaida Chávez Bucheli y Oscar Fernando de la Torre Galarza autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, abril de 2013.

.....
De la Torre Oscar
1715382576

.....
Chávez Adelaida
1717661829

DEDICATORIA

A Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida y estar siempre conmigo en cada paso que doy, apoyándome y dándome fortaleza para seguir adelante, a mi esposa por su apoyo incondicional y por recorrer juntos este camino, a mis tíos Kenton y Anita y mis padres Alfonso y Miriam por su sacrificio, comprensión y esfuerzo en cada etapa de mi vida.

Oscar de la Torre G.

Al Padre celestial, nuestro creador, por acompañarme en cada instante de mi vida, por regalarme las bendiciones de vivir y cumplir las metas propuestas, a mi hermano Héctor y mi madre Inés por su apoyo incondicional, su sacrificio, su confianza en mí y su amistad, a mis hijos Sebastián y Luis, mi esposo Patricio que alegran e inspiran mi vida.

María Adelaida Chávez Bucheli.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1. INTRODUCCIÓN A LOS MUEBLES DE HOGAR.....	3
1.1. Muebles de hogar	3
1.1.1. Definición de muebles.....	3
1.1.2. Referencias de los muebles de hogar	3
1.1.3. Antecedentes de los muebles de hogar.....	4
1.1.4. Características de los muebles de hogar.....	11
1.2. Estructura del mercado de muebles de hogar	28
1.2.1. El mercado de muebles	28
1.2.2. Producción de muebles de hogar.....	37
1.2.4. Proceso de fabricación de muebles de hogar	42
1.3. Análisis de la demanda.....	45
1.3.1. Clasificación de la demanda.....	46
1.3.2. Factores de afectan a la demanda.....	49
1.3.3. Comportamiento histórico de la demanda.....	50
1.3.4. Consumo de muebles de hogar	51
1.4. Análisis de la oferta	53
1.4.1. Clasificación de la oferta.....	53
1.4.2. Factores que afecten a la oferta.....	54
1.4.3. Comportamiento histórico de la oferta.....	54
1.5. Análisis del precio en el mercado del producto.....	55
1.5.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios	55
CAPÍTULO II	57
2. MARCO TEÓRICO.....	57
2.1. Ecuador.....	57

2.2.	Pichincha	58
2.3.	El cantón quito.....	59
2.3.1.	Origen del cantón	59
2.3.2.	División geográfica	60
2.3.3.	Vida económica.....	63
2.3.4.	Costumbres.....	64
2.3.5.	Tipo de vivienda.....	65
2.4.	La industria del mueble en ecuador.....	67
2.4.1.	Tipos de mercado	68
2.4.2.	Sectores del mercado.....	68
2.4.3.	Productores.....	69
CAPÍTULO III.....		76
3.	PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	76
3.1.	Diseño de la investigación.....	76
3.1.1.	No experimental	77
3.1.2.	Transeccional	77
3.1.3.	Exploratorio.....	77
3.1.4.	Descriptiva	78
3.2.	Tipo de la investigación.....	78
3.2.1.	Histórico.....	78
3.2.2.	Bibliográfico	78
3.3.	Método de la investigación.....	79
3.3.1.	Investigación documental.....	79
3.3.2.	Investigación de campo.....	80
3.4.	Fuentes de información	80
3.4.1.	Información secundaria.....	80
3.4.2.	Información primaria	81

3.5. Técnicas para la obtención de la investigación	81
3.5.1. La encuesta.....	81
3.5.2. La entrevista	82
3.6. Población y muestra	83
3.6.1. Población.....	83
3.6.2. Muestra.....	85
CAPÍTULO IV	89
4. RESULTADOS.....	89
4.1. Tabulación	89
4.2. Gráficos	90
4.3. Análisis	90
4.4. Resultados.....	91
4.4.1. Productores.....	91
4.4.2. Consumidores.....	149
CAPÍTULO V	168
5. INFORME.....	168
LISTA DE REFERENCIAS	184

FIGURAS

1	Cama Egipcia Antigua	5
2	Cama antigua mar del plata	5
3	Silla roja y azul / gerritietvel	6
4	Cama antigua mar del plata	7
5	Sillón corbusier	7
6	Juego de dormitorio greensboro	9
7	Centro de entretenimiento basilea	10
8	Comedor imperio	10
9	Vitefama	12
10	Modermueble	13
11	Historia oriental	17
12	Comedor versalles	18
13	Juego de cocina en madera castaño	20
14	Juego de comedor cerino	21
15	Living room	22
16	Juego de dormitorio	23
17	Cuarto de estudio 003.....	24
18	Estudio	25
19	Esquinero	26
20	Mesa de centro	27
21	Mesa de centro colección caramelo	27
22	Cortador de madera	33
23	Hotel patio andaluz	50
24	Mapa del ecuador	57
25	Mapa de pichincha	58
26	Mapa político del ecuador	59
27	Basílica del voto nacional del Ecuador	59
28	Showrooms	72
29	Cama stromboli	73
30	Mesa de centro, muebles el bosque	73
31	Comedor monte real	74
32	Estudio danes	75

33	Sala vivaldi	75
34	Tipo de empresa y lugar de producción	92
35	Apreciación del tamaño de la empresa	93
36	Tipo de sociedad	94
37	Afiliación gremial	96
38	Creación de la empresa	97
39	Capital de la empresa	98
40	Número de socios	99
41	Número de empleados	101
42	Incremento de personal	102
43	Reducción de personal	103
44	Remuneración personal producción	104
45	Remuneración personal administrativo	105
46	Remuneración personal ventas	106
47	Edad promedio personal producción	108
48	Tiempo de servicio personal	109
49	Nivel de educación personal	110
50	Capacitación al personal	112
51	Tipo de capacitación	113
52	Áreas de la casa	114
53	Material del mueble	116
54	Inventarios rezagados	117
55	Tipo de producción	118
56	Tipo de madera	119
57	Temporada de máximo consumo	120
58	Materia prima	121
59	Insumos de producción	122
60	Precios de proveedores materia prima	123
61	Precios de proveedores insumos	124
62	Margen de utilidad comercializadores	125
63	Margen de utilidad productores	127
64	Personal calificado	128
65	Personal calificado	129

66	Incremento de producción	130
67	Cumplimiento de necesidades del cliente	131
68	Mercado destino	132
69	Precios de muebles	133
70	Personal calificado	134
71	Incremento en ventas	136
72	Precio muebles de sala	137
73	Precio muebles de comedor	138
74	Precio muebles de dormitorio	139
75	Precio muebles de estudio	141
76	Página web	142
77	Tienda virtual	143
78	Capital.....	144
79	Financiamiento	145
80	Procedencia del financiamiento	146
81	Rotación de préstamos	147
82	Préstamos vigentes	148
83	Perfil del encuestado	149
84	Período de compra de muebles	150
85	Ciudad de compra	151
86	Sitios de compra	153
87	Preferencia de muebles	154
88	Motivo de compra	155
89	Partes de la casa	156
90	Formas de pago	158
91	Apreciación de la compra	159
92	Apreciación de la compra	160
93	Predomino de material del mueble	161
94	Partes de la casa	162
95	Futura forma de pago	163
96	Preferencias de compra	164
97	Otros mercados de muebles	166
98	Importancia de los muebles de hogar.....	167

TABLAS

1	Comparativo de la población productores	67
2	Población productores	84
3	Población consumidores	85
4	Número de contribuyentes	86
5	Tipo de empresa y lugar de producción	91
6	Apreciación del tamaño de la empresa	93
7	Tipo de sociedad	94
8	Afiliación gremial	95
9	Creación de la empresa	97
10	Capital de la empresa	98
11	Número de socios	99
12	Número de empleados	100
13	Incremento de personal	101
14	Reducción de personal	102
15	Remuneración personal producción	104
16	Remuneración personal administrativo	105
17	Remuneración personal ventas	107
18	Edad promedio personal producción	108
19	Tiempo de servicio personal	109
20	Nivel de educación personal	110
21	Capacitación al personal	111
22	Tipo de capacitación	113
23	Áreas de la casa	114
24	Material del mueble	115
25	Inventarios rezagados	117
26	Tipo de producción	118
27	Tipo de madera	119
28	Temporada de máximo consumo	120
29	Materia prima	121
30	Insumos de producción	122
31	Precios de proveedores materia prima	123
32	Precios de proveedores insumos	124

33	Margen de utilidad comercializadores	125
34	Margen de utilidad productores	126
35	Personal calificado	127
36	Personal calificado	128
37	Incremento de producción	130
38	Cumplimiento de necesidades del cliente	131
39	Mercado destino	132
40	Precios de muebles	133
41	Personal calificado	134
42	Incremento en ventas	135
43	Precio muebles de sala	137
44	Precio muebles de comedor	138
45	Precio muebles de dormitorio	140
46	Precio muebles de estudio	140
47	Página web	141
48	Tienda virtual	142
49	Capital.....	143
50	Financiamiento	145
51	Procedencia del financiamiento	146
52	Rotación de préstamos	147
53	Préstamos vigentes	148
54	Perfil del encuestado	149
55	Período de compra de muebles	150
56	Ciudad de compra	151
57	Sitios de compra	152
58	Preferencia de muebles	154
59	Motivo de compra	155
60	Partes de la casa	157
61	Formas de pago	157
62	Apreciación de la compra	158
63	Apreciación de la compra	160
64	Predomino de material del mueble	161
65	Partes de la casa	162

66	Futura forma de pago	163
67	Preferencias de compra	164
68	Otros mercados de muebles	165
69	Importancia de los muebles de hogar.....	167

RESUMEN

La presente investigación contiene la definición de muebles de hogar, características, historia del mueble, tipos de muebles, accesorios, el mercado de muebles en el cantón Quito y el Ecuador, la exportación, producción, oferta y demanda de los muebles de hogar, el comportamiento de los precios para este tipo de bienes, entre otros.

Al tratarse de una investigación que tiene enfoque en el cantón Quito la presente indagación contiene aspectos relacionados de manera general con el cantón como es su origen, división geográfica, vida económica, población y lógicamente la industria del mueble de hogar en este cantón.

La planificación para poder determinar el impacto que tiene la producción y comercialización de muebles en el cantón Quito es indispensable por lo que la presente investigación contienen una descripción y conceptualización del método investigativo utilizado para poder determinar el objetivo de la investigación como es el método no experimental, transeccional, exploratorio, descriptiva, las fuentes de información, las técnicas para la obtención de la información, la población y muestra aplicable para poder determinar dicho impacto.

Finalmente se podrá obtener el resultado de esta investigación por medio de los diferentes análisis y resultados realizados y obtenidos a través de las diferentes preguntas que se plantearon en las encuesta realizada tanto al sector productivo como a los consumidores de muebles de hogar, obteniendo un informe final de los resultados obtenidos mediante la aplicación de dichas encuestas.

ABSTRACT

This research contains the definition of household furniture, features, history of furniture, kinds of furniture, furnishings, furniture market in Quito and Ecuador, export, production, supply and demand for home furnishings, the behavior of prices for such goods, among others.

As this research has focused on Quito this inquiry contains general aspects of the canton as their origin, geographic division, economic, population and logically the home furnishings industry in this county.

Planning to determine the impact of the production and marketing of furniture in Quito is essential so that the present investigation contain a description and conceptualization of the research method used to determine the purpose of the research such as experimental method, transactional, exploratory, descriptive, sources of information, the techniques for obtaining information applicable sample population and to determine the impact.

Finally we can get the result of this research through the different analyzes and results achieved and obtained through the different questions raised in the survey both the production sector and consumers of home furniture, obtaining a final report of the results obtained by applying these surveys.

INTRODUCCIÓN

Debido a la amplia diversidad maderera que posee nuestro país y a su tradición artesanal, el Ecuador ha logrado destacarse en el mercado nacional e internacional de muebles de hogar, por lo que es imprescindible determinar su impacto en lo referente a producción y consumo de dichos bienes y como esto afecta a la economía del Ecuador y de los que habitamos en este país.

Una de las áreas de producción con las que cuenta nuestro país es la producción de muebles de hogar, los mismos que se han venido incrementando paulatinamente en los últimos años en su volumen anual de exportaciones y un incremento considerable de ventas anuales dentro del territorio nacional.

Se estima que el mercado mobiliario ha venido y seguirá creciendo y por ende la demanda de los muebles de hogar, por lo que es necesario conocer el impacto que ha tenido la producción y consumo de muebles de hogar en estos últimos cinco años y como esto ha afectado a las economías familiares y a la economía del Ecuador, también es importante conocer cuál es el volumen y la preferencia en cuanto a producción y comercialización de muebles de hogar como son sala, dormitorio, comedor, estudio que prefieren los clientes.

El Ecuador cuenta con la materia prima necesaria para la producción de muebles, siendo el costo de los muebles menor, con lo cual se podrá ofertar productos de calidad a precios accesibles para los consumidores y así satisfacer sus deseos y necesidades, con esto se podrá determinar el impacto que está comercialización y consumo de muebles de hogar tiene sobre la economía nacional y también permitirá conocer un promedio de negocios caseros, pymes y empresas grandes, que se dedican a esta producción de muebles de hogar y distribución de los mismos para su comercialización final hacia los diferentes tipos de usuarios, para lo cual se deberá obtener información principalmente de las entidades de control como son el SRI, el INEC y las diferentes cámaras que posee la provincia de Pichincha.

A parte de esto las tendencias en el diseño son cada vez más sofisticadas, ciudades como Cuenca y Quito han logrado imponer estilos revolucionarios con buenos resultados en este mercado que es otro factor que permitirá conocer como esto afecta a la producción y consumo de muebles de hogar en el cantón Quito.

Es importante reconocer que existen también algunos factores negativos que podrían afectar fuertemente en el impacto de la producción y consumos de muebles de hogar en las familias del cantón Quito en estos últimos tiempos, por las tendencias ecologistas las cuales han tomado mucha fuerza en el mundo y también en Ecuador y por ende en el cantón Quito, lo que se determinara realizando esta investigación.

Al realizar esta investigación permitirá conocer el grado de preparación e implementación de tecnología que usan los productores para elaborar los muebles por medio de las entrevistas u observaciones que se realice en los diferentes negocios que se dedican a esta actividad como es la producción de muebles de hogar.

Una de las motivaciones para realizar esta investigación es obtener conocimiento de las estadísticas de producción y consumo de muebles de hogar y como estas generan ingresos económicos para sus dueños y para la economía ecuatoriana, que sirva de base para posibles inversiones por parte de instituciones privadas y públicas, a través de incentivos económicos para personas o empresarios que realicen inversiones en este sector, permitiendo el crecimiento económico de los actores y creando una expectativa de inversión para la producción, distribución y comercialización por medio de los resultados de esta investigación.

Los procedimientos e instrumentos que se usaran para acceder al conocimiento y determinar el impacto que tiene la producción y consumo de muebles de hogar en el cantón Quito es a través del método no experimental – transeccional – exploratorio, manejando las técnicas de investigación primarias como son la encuesta y la entrevistas, entre otros, a una muestra de la población, la misma que será obtenida por fuentes de información secundaria, en base a los datos proporcionados por el SRI y el INEC con el fin de obtener resultados cuantitativos de la producción y consumo de muebles en el cantón de Quito.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LOS MUEBLES DE HOGAR

1.1. Muebles de hogar

1.1.1. Definición de muebles

Se entiende por mueble de hogar a todo elemento que esté pensado, diseñado y elaborado para ser utilizado en el espacio de una vivienda con diferentes usos de acuerdo a su forma o propósito.(Salvat, 2004)

Una de las características básicas a la hora de definir lo que es un mueble es justamente el hecho de que es un objeto movable que puede ser trasladado de un lugar a otro sin mayor dificultad.

También se puede definir a los muebles de hogar como aquellos objetos decorativos, de confort y que sirven para cubrir las necesidades de las familias que habitan en el hogar como son las camas, mesas, sillas, escritorios, entre otros, estos muebles pueden ser fabricados con madera, metal, plástico o mixtos.(Ramguiflex, 2010)Existen muebles de comedor, de dormitorio, de escritorio, de sala, y algunos son muebles de estilo que enmarcan una época, como son los muebles estilo Luis XV o Luis XVI.

1.1.2. Referencias de los muebles de hogar

Al principio los muebles eran objetos de la naturaleza que podían cumplir la función de un mueble, por la facilidad de la elaboración se comenzó a utilizar la madera como material para la creación de dichos muebles. Con el transcurrir del tiempo el hombre descubrió el arte y no demoró en darse cuenta de que era aplicable para diseño de la elaboración de los diferentes muebles de hogar. (Nutsch, 2005)

Los muebles antiguos son actualmente considerados piezas de arte como por ejemplo los muebles Luis XV, así como las pinturas. El diseño de muebles antiguos

rápidamente se transformó en el de muebles finos y su funcionalidad ya no era únicamente cumplir la función típica de comodidad, ahora se le agregaba la exhibición exterior de la armonía y perfección de las formas y también para poder distinguir las clases sociales. (Larousse, 2000)

El diseño de muebles de estilo es considerado un arte, existen una gran variedad de estilos de diseño de muebles de hogar en sus distintas formas, de sala, dormitorio, comedor, etc. y todos ellos cuentan con una rica historia y diversidad de técnicas.

1.1.3. Antecedentes de los muebles de hogar

Los muebles han existido desde tiempos remotos, no hay datos precisos del surgimiento de este mobiliario pero se conoce que datan desde los tiempos primitivos, desde la aparición del homo sapiens, la diferencia es que en ese tiempo estos muebles no eran construidos, más bien, eran objetos de la naturaleza a los cuales estos seres le daban el uso de mueble especialmente para sentarse y para poner cosas encima de estos utilizándolos como mesas(Arquis, s/f).

Mientras pasaron los años se comenzó a utilizar la madera como un material eficaz para la construcción de objetos que eran útiles para el hombre, como son los muebles de hogar, los primeros informes que se tiene de esta fabricación se refieren al antiguo Egipto, los cuales se caracterizaban por su sencillez de estructura, utilizando clavijas de madera y ensambladuras elementales, la decoración era geométrica utilizando colores vivos, la ornamentación en los muebles de lujo, se realizaba con bajorrelieves, taracea en oro o marfil y maderas finas, los motivos de animales y plantas. Un elemento agradable es el uol, realizado en madera, es una especie de media luna con pie que se utilizaba como almohada para distanciar la cabeza de la cama y no maltratar los peinados. (Arquis, s/f)



Figura 1
CAMA EGIPCIA ANTIGUA
Fuente: (Muri, 2011)

El hombre considera al mueble como un arte, como una gran riqueza, los mismos que son los objetos más observados en una vivienda, es por ello que se considera como una destreza, por el esfuerzo tanto físico como mental que realiza el elaborador del mueble.

Los muebles antiguos son muy caros ya que en tiempos anteriores su fabricación era un poco extensa pero el resultado siempre era magnifico, ya que estos muebles eran muy finos por los materiales usados y por su gran acabado el mismo que era realizado a mano como una verdadera obra de arte. (Ruiz, 1998)

Un ejemplo de estos estilos son los de Europa, aquí se pueden conocer varios estilos que llevan el nombre del rey o de la reina que gobernaban en el tiempo que fueron construidos los muebles. (Ruiz, 1998)



Figura 2
CAMA ANTIGUA MAR DEL PLATA
Fuente: (Carlos, 2012)

A raíz de la Primera Guerra Mundial (28 de julio de 1914 y el 11 de noviembre de 1918), se genera una necesidad de cambio e investigación, siendo pioneros Francia, Alemania y sobre todo Holanda, que no participó en la guerra. El holandés Gerrit Rietveld, quien formaba parte del grupo vanguardista De Stijl, y apostaba por el uso de maquinaria, construyó su silla roja y azul en 1917, enfocada a que un asiento debe tener únicamente sus formas básicas.

Es en esta temporada donde empieza la revolución en los diseños de muebles de hogar, la misma que se mantiene hasta la actualidad. (Smith, 1998)



Figura 3
SILLA ROJA Y AZUL / GERRIT RIVELT
Fuente: (Rietvel, 2011)

Paralelamente en Alemania, nace la internacionalmente conocida escuela de diseño Bauhaus, incorporando las ideas básicas del grupo De Stijl, cuyo objetivo era enseñar a los estudiantes a buscar soluciones funcionales a cada problema de diseño. (Smith, 1998)

Esta escuela se disolvió debido a levantamiento del Tercer Reich. Entre sus máximos representantes se encuentran Gropius, Mies van der Rohe o Marcel Breuer, quien comenzó a experimentar con el tubo de acero para sillas, banquetas, mesas y su famoso sillón Wassily. (Smith, 1998)



Figura 4
SILLA METÁLICA
Fuente: (Tost, 2008)

El holandés Mart Stam diseñó la primera silla cantiléver, que es una “silla que no tiene las dos patas traseras, aguantando el peso en las dos anteriores y su prolongación horizontal”(Salvat, 2004), con el pasar del tiempo esta silla fue perfeccionada por Mies Van Der Rohe, y más tarde por Breuer consiguiendo belleza, comodidad y ahorro de material, trabajo y costo; de forma análoga en Francia, Le Corbusier y Charlotte Perriand también diseñaron mobiliario metálico, pero con un punto de vista diferente, el mobiliario debía ser sencillo y funcional.

El diseño más importante de Le Corbusier fue el sofá en forma de cubo Grand Comfort. (Smith, 1998)



Figura 5
SILLÓN CORBUSIER
Fuente: (Megatiendy, 2009)

Dado el poco éxito que tuvo el mobiliario metálico se comenzó a experimentar con madera contrachapada, siendo el precursor el finlandés Alvar Aalto. Comenzó a experimentar para curvar la madera aprovechando su humedad

natural en lugar de vapor como hacia Thonet, y fundó el Artek en 1933 como "centro de mobiliario contemporáneo".(Smith, 1998)

La industrialización de los Países Escandinavos fue más tardía, así que mantuvieron una artesanía de calidad e influenciada por el movimiento Arts&Crafts; destaca en Estocolmo Carl Malmsten, quien fundó varias escuelas donde se enseñaba ebanistería además de otros oficios como música, jardinería o alfarería; quería adaptar las formas antiguas a las nuevas necesidades. En Dinamarca, Kaare Klint pretendía adaptar las medidas del mobiliario a las necesidades básicas del hogar y en función de la figura humana. (Smith, 1998)

Su mayor aportación fue la estandarización de la altura mesas y sillas, y tamaño de los cajones. Comenzado ya en 1910, el estilo Art Decó tuvo su mayor auge en 1925, año de la Exposición de Artes Decorativas e Industriales de París, exposición de las artes del modo de vida contemporáneo exclusivamente.(Smith, 1998)

Émile-Jacques Ruhlmann fue un importante diseñador que trabajó sólo para la gente adinerada y consiguió que la posesión de uno de sus diseños fuera un símbolo de categoría social; usaba el ébano de Macasar y corteza de nogal del Cáucaso, con detalles de marfil, plata y otros metales, la altura de los asientos se redujo debido a la influencia oriental, aparece la mesa de cocktail y se revitalizan los lacados, destacando en este campo la arquitecto inglesa Eileen Gray y el metalario suizo Jean Dunand, que consiguió una superficie reflectante utilizando hasta 40 capas de laca. (Smith, 1998)

La gente comienza a cansarse del Art Decó, apareciendo una nueva decoración de interiores basada en el cubismo sencillo y sin colorido. Destacan en este nuevo estilo del periodo entreguerras Ambrose Heal, dirigiendo Heal& Son, Gordon Russell o Waring&Gillow; aparece en este periodo un mueble totalmente nuevo, el mueble-bar, a raíz de la nueva moda de las fiestas cocktail. (Smith, 1998)



Figura 6
JUEGO DE DORMITORIO GREENSBORO
Fuente: (Muebles Colineal, s/f)

El siglo XX y el siglo XXI también son parte de la historia del mueble y para ello los grandes diseñadores de muebles modernistas se han encargado de escribirla y han marcado un camino para decir que la creación artística no tiene fronteras, (Muebles y estilo, 2007); entre los diseñadores más conocidos se menciona a:

- Hugo Alvar Henrik Aalto, Finlandia (1898-1976)
- Van Severen, Bélgica (1956 – 2005)
- Isamu Noguchi, Estados Unidos (1904-1988)
- Guglielmo Berchicci, Italia (1957)
- Jakob Gebert, Alemania (1965)
- Jorge Pensi Argentina (1946)

Los diseñadores de muebles modernos de últimas generaciones y contemporáneos utilizan materiales que durante la era clásica europea no se conocieron. El espectro de productos sintéticos y metales utilizados en fabricación de muebles modernos, impulsa la aparición continua de nuevos estilos, que han conseguido los diseñadores modernistas, bendecidos con el deseo de crear a costa de lo que sea. (Ambar muebles, 2012)

Una particularidad establecida, en la mayoría de los diseñadores de muebles modernos y modernistas consiste en la creación de estilos nuevos representados en sillas, o estructuras para estar sentado, formas y diseños en los muebles de sala y dormitorio. El diseño de una silla moderna puede revolucionar la moda, tomando

como patrón el estilo de ella, se fabrican innumerables objetos que incorporan en sí las características singulares de la nueva creación y de la creatividad del diseñador o también del cliente.



Figura 7
CENTRO DE ENTRETENIMIENTO BASILEA
Fuente: (Muebles Colineal, s/f)

En la historia del mueble se observa la posición destacada que estos ocupan dentro de la vivienda, como objetos de uso cotidiano pero con la evolución social aparece el refinamiento y el arte, empleados como símbolos de estatus social. Las clases sociales y económicas dominantes quieren mostrar su poder en sus posesiones, es así que el mueble se convierte en obra de arte y gana jerarquía, pasando de ser un mero utensilio a cumplir una nueva función estética y posicionamiento económico.(Ambar muebles, 2012)



Figura 8
COMEDOR IMPERIO
Fuente: (Modermueble, 2011)

Materiales a través de la historia del mueble

Madera: Desde los egipcios (3150 a. C. hasta 31 a. C) hasta el mueble estilo Art Nouveau tuvo un gran protagonismo. Hoy en día todavía sigue siendo el material elegido por la mayoría de las personas. Las maderas más empleadas para la fabricación de muebles son: la de roble, pino, cerezo, castaño, haya, etc.(Nutsch, 2005)

Metal: Comenzó a usarse en la fabricación de mobiliario después de la primera guerra mundial(1914 - 1918), con la aparición del movimiento moderno y los diseños de Marcel Breuer con tubo de acero curvado y cromado que impusieron un nuevo estilo de mobiliario.(Nutsch, 2005)

Plástico: Este material comenzó a ser usado para el diseño de muebles después de la segunda guerra mundial (1939 - 1945). Los primeros que innovaron en el uso del plástico fueron los diseñadores italianos del movimiento Radical Design. (Nutsch, 2005)

1.1.4. Características de los muebles de hogar

La industria de muebles contiene dos grandes grupos los muebles de hogar y los de oficina, para este caso se estudiarán y caracterizará los muebles de hogar; existe una variedad de técnicas de producción, a nivel empresarial se realizan por catálogo y de manera industrializada o a nivel artesanal.

En la industria de muebles, la mayor parte de las empresas fabrican bajo pedido, esto quiere decir por medio de catálogos, revistas, fotos, esto permite al cliente seleccionar el diseño que más le guste que vaya de acuerdo con la decoración de su casa, es así como se podrá cubrir sus necesidades y deseos.(Gualán, 2009)

Para entender de mejor manera el producto se debe caracterizar, es decir, conocer sus particularidades o atributos básicos, (Gualán, 2009), siendo los muebles de hogar una rama extensa en variedad se caracterizarán por los siguientes:

- 1.1.4.1. Tipo de fabricación (industrial o artesanal),
- 1.1.4.2. Tipo de materia prima (madera, plástico, metal),
- 1.1.4.3. Clasificación (por uso, por utilidad),
- 1.1.4.4. Tipo de mueble, y
- 1.1.4.5. Productos sustitutos y/o complementarios

1.1.4.1. Tipo de fabricación

El tipo de fabricación tiene dos clasificaciones según el volumen, está puede ser artesanal o industrial y no es distinta en el proceso de producción de muebles de hogar, la diferencia importante es la cantidad de producción y la manera de cómo fabricarlos, la calidad de producto está muy influenciada por la calidad de la materia prima que se utiliza y su tipo.

1.1.4.1.1. Fabricación artesanal

Como su nombre lo indica es una forma rústica de hacerlo es decir no utilizan la tecnología que actualmente existe ara la fabricación de este tipo de bienes, se fabrica individualmente cada producto para el caso de los muebles de madera, son los artesanos (ebanista) quienes dominan este arte. (Anele, 2000)



Figura 9
VITEFAMA
Fuente: (Cedet, 2010)

Por lo general los más conocidos son los ebanistas, pero no se debe dejar de lado aquellos artesanos que trabajan con metal y plástico, insertando en mercado una variedad más de muebles de hogar. (Anele, 2000)

Existen empresas que manejan los dos tipos de fabricación, con la finalidad de satisfacer al cliente, cuando se trabaja modelos exclusivos no se pueden industrializar debido a los derechos de creación del mueble, si lo diseño el consumidor.

1.1.4.1.2. Fabricación industrial

A nivel industrial se utiliza maquinaria en lugar de la mano de obra en donde sea posible, en función de los recursos de cada industria y se fabrica en grandes cantidades modelos iguales (Anele, 2000)



Figura 10
MODERMUEBLE
Fuente: (Modermueble, 2011)

1.1.4.2. Tipo materia prima

Los materiales para la elaboración de muebles de hogar más conocidos son:

1.1.4.2.1. Madera

Es un material transformado de un recurso natural renovable, el tronco de un árbol, existen variedades de árboles que son la fuente de este material, los más utilizados son roble, pino, cerezo, haya, eucalipto, nogal, bambú, chanul, etc.

“Los árboles se caracterizan por tener troncos que crecen cada año y que están compuestos por fibras de celulosa unidas con lignina. Las plantas que no producen madera son conocidas como herbáceas”. (Heiss, 2006)

1.1.4.2.2. Metal

Metal se usa para denominar a los elementos químicos caracterizados por ser buenos conductores del calor y la electricidad posee alta densidad y son sólidos en temperaturas normales (excepto el mercurio); sus sales forman iones electropositivos (cationes) en disolución. (Heiss, 2006)

En tanto, se llama metales a aquellos materiales puros como son el oro, la plata y el cobre, pero también a aquellas aleaciones con características metálicas como el acero y el bronce. (Definición ABC, 2007 - 2011)

1.1.4.2.3. Plástico

Se trata de materiales orgánicos sintéticos los mismos que se pueden hacer más blandos y moldeables mediante el calor durante alguna etapa de transformación, adaptándose el material a una determinada forma. En la actualidad este tipo de materia prima es muy utilizado para la fabricación de sillas. (Heiss, 2006)

1.1.4.3. Clasificación (por uso, por ubicación)

Por la importancia de esta característica dentro de la investigación se mencionará de manera muy simple en estos párrafos y detallará su clasificación en el punto 1.1.5.

La clasificación por uso como su nombre lo indica es en base al uso que se le da al mueble, puede ser para almacenamiento, descanso, decorativo, entre otros.

Para el caso de ubicación se toma en cuenta el lugar de la casa o vivienda donde está ubicado o para el cual fue creado, como por ejemplo:

Cocina	Comedor
Sala	Dormitorio
Estudio	Sala de juegos
Sala de estar	Jardín, exteriores

1.1.4.4. Tipo de mueble

Los tipos de muebles poseen una categorización específica, al hablar de muebles en general, principalmente se identifican por el lugar en donde se utilizan, como por ejemplo:

- Muebles de oficina
- Muebles de hogar (para casas)
- Muebles de hospital
- Muebles de hoteles

Existen varios tipos de muebles de hogar, los que poseen una superficie horizontal separada del suelo, como sillas, camas, mesas, o bien, muebles para el almacenaje de libros, revistas, ropa, etc., también están los muebles de sala, comedor, dormitorio, cocina, además del tipo de materiales y estilos, y los que ya están incluidos dentro de la vivienda, los más comunes son los de cocina. (Nutsch, 2005)

Dentro de esta categoría se menciona los diferentes estilos de muebles encontrados en el mercado:

1.1.4.4.1. Mueble tradicional

Estos muebles son los más conservadores. Cuentan con una gran cantidad de detalles elegantes: líneas curvas detalladas, diseños simétricos, maderas oscuras y brillantes como la caoba y el cerezo y, una fina tapicería. (Martínez, 2005)

1.1.4.4.2. Muebles contemporáneos

Son los que surgieron a partir de la segunda mitad del siglo XX. No son modernos pero poseen un aire actualizado de líneas curvas elegantes y formas simples bien definidas.(Martínez, 2005)

1.1.4.4.3. Mueble colonial

El estilo colonial proviene de las antiguas fincas y haciendas de siglos pasados. Este estilo es uno de los más utilizados en la decoración de hogares y se caracteriza por el uso de materiales autóctonos, maderas macizas y detalles artesanales que le aportan al ambiente un toque exótico. (Martínez, 2005)

1.1.4.4.4. Muebles de diseño

Son elegantes muebles, que poseen finos acabados. La belleza de estos muebles se encuentra a la vez en el nivel de practicidad de ellos. Por ello, no se trata solo de sillones, sillas o mesas, sino que los muebles de diseño son una especie de verdaderas obras de arte.(Martínez, 2005)

1.1.4.4.5. Muebles rústico

El estilo rústico es el estilo tradicional, donde los materiales se muestran tal y como son, los acabados son naturales y realizados de forma artesanal, la madera más utilizada en este estilo es el cedro y el pino. (Martínez, 2005)

1.1.4.4.6. Muebles estilo clásico

El mueble clásico se caracteriza por líneas sobrias y colores cálidos. Se utilizan maderas convencionales como el nogal, la caoba y el cerezo, habitualmente teñidos y con acabados artesanos. (Martínez, 2005)

1.1.4.4.7. Muebles modernos

El mueble moderno se caracteriza por el minimalismo (se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida para ocupar espacios más pequeños) y las líneas ligeras. Cada elemento debe cumplir su función y su ubicación en cada estancia del hogar.” (Proyecto Bolfor, 1996)

1.1.4.5. Productos sustitutos y/o complementarios

Como producto sustituto de los muebles no se encontró en general ninguno, ya que existen variedad de materiales y costos, sin que este producto sea sustituido por otro en gran cantidad como sucede con los productos alimenticios.

A través del tiempo se menciona como un segmento apartado de la historia de los muebles, siendo una tendencia casi exclusiva y de importante influencia en la cultura oriental, los muebles de estos países se remontan a la historia antigua. Y los muebles antiguos constituyen una magnífica muestra del refinamiento del mundo Oriental. Los muebles chinos, especialmente los de las Dinastías Ming y Qing, presentan características de gran valor: estructuras precisas y resistentes, contornos suaves, tallas excelentes, maderas finamente trabajadas, con un brillo y color magníficos.(Prieto, 2006)

No se debe dejar de mencionar que las clases sociales de nivel económico bajo de estos países que no tenían recursos para adquirir este tipo de muebles y utilizaban en su lugar alfombras, almohadas, cojines especialmente para el descanso y para comer.



Figura 11
HISTORIA ORIENTAL
Fuente: (Hispanista, s/f)

En el Japón tradicional (475 a.C.) no existían asientos, porque se asentaban a la turca sobre el tatami o en el suelo, tampoco había armarios ni camas. La cama es un lecho que cada mañana se coloca en un cofre de laca o detrás de un panel móvil. Los únicos muebles de la casa son las mesas bajas de laca negra de la época Edo. Los tableros escritorios y los biombos constituyen piezas principales del mobiliario tradicional.” (Hispanavista, s/f)

¿Qué tipo de muebles escoger para cada estilo?

Decoración estilo clásico para el hogar:

- Espacios amplios, muebles de grandes tamaños
- Muebles de madera antiguos con decoraciones de oro, plata y bronce.
- Los colores de los sillones y sofás son colores oscuros combinados con burdeos (rojo púrpura intenso y oscuro), verdes, azules y ocre (amarillo dorado).
- Sofás y sillones son juegos de comedores, con tapices de telas estampadas, floreadas y lisas.(Quevedo & Jesús Chía, s/f)



Figura 12
CÓMEDOR VERSALLES
Fuente: (Muebles Colineal, s/f)

Decoración estilo juvenil-moderno para el hogar:

- Mezcla de tendencias antiguas y nuevas.
- Colores fuertes (amarillo, rojo, naranja).
- Muebles, sillones y sofás con formas asimétricas e innovadoras.
- Muebles, sillones y sofás, se realizan con materiales no convencionales, fierro, fibras artificiales, aluminio, acero. (Quevedo & Jesús Chía, s/f)

Decoración estilo refinado para el hogar:

- Los muebles, sillones y sofás, son confeccionados con elementos de madera, cristal, piedras, cuero, seda
- Los muebles, sillones y sofás son de colores claros (crema, rosa) y neutros (blanco, gris y negro).
- Las mesas de los comedores son simples, con cubierta de madera o vidrio (Ministerio de Educación y Ciencia, 2005)

1.1.5. Clasificación por su uso y ubicación

1.1.5.1. Clasificación por uso

Los muebles son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales entre la clasificación de usos más comunes están:

- Dormir
- Comer
- Cocinar
- Descansar
- Almacenar

1.1.5.2. Clasificación por ubicación

Cocina

La palabra cocina puede ser utilizada para hacer referencia a diferentes elementos pero para el caso de estudio a la cocina se la conoce como el espacio físico de la casa donde se preparan los alimentos y donde se lleva a cabo la acción de cocinar. (Definición ABC, 2007 - 2011)



Figura 13
JUEGO DE COCINA EN MADERA CASTAÑO
Fuente: (Urprime, s/f)

En este espacio físico de la casa se hace imprescindible el uso de muebles altos y bajos, mesas de diarios, armarios para guardar diferentes objetos que se usan diariamente en la cocina, entre otros y la utilización de estos diferentes tipos de muebles destinados específicamente para esta área de la casa variaría de acuerdo al espacio físico que posea este lugar, como también los gustos y preferencias de cada familia. (Mesalles, 2010)

Comedor

Constituye un espacio físico de la casa compuesto por un conjunto de muebles utilizados para comer. Las dimensiones del comedor pueden ser pequeñas únicamente utilizándose las mesas y sus correspondientes sillas de juego de comedor o ser grandes en los que además se pueden encontrar un armario, mueble de alacena, esquineros, y en ocasiones repisas o estantes. (Definición ABC, 2007 - 2011)



Figura 14
JUEGO DE COMEDOR CERINO
Fuente: (Tempo Design, s/f)

Su principal mueble que le corresponde a el espacio del comedor es la mesa la misma que puede ser circular, cuadrada o rectangular en la que sus debidas sillas le hacen juego por contener los mismos elementos y diseños manuales y decorativos que posee la mesa y también sus complementos como puede ser las vitrinas o armarios para la cristalería.

La mayoría de los muebles de comedor que se elaboran en la actualidad están destinados a lugares pequeños debido a que cada vez son más las familias que optan por vivir en departamentos y también por el tamaño de construcción de las viviendas en la actualidad donde se necesita aprovechar al máximo el espacio disponible, por lo que los componentes que forman estos muebles de comedor dependerá del tamaño del comedor, si éste es grande, se pondrá una mesa larga para ocho personas, en caso de que el sitio sea pequeño, se optará por una mesa redonda para cuatro personas o mediano una mesa para seis personas y dependiendo del espacio puede ir acompañado de una vitrina que haga juego con la mesa y sillas, como implementos básicos que formen este mueble de comedor.(Mesalles, 2010)

Al igual que en el dormitorio las familias decoran, arman y ordena su área de comedor de acuerdo a sus preferencias personales, posibilidades económicas y de espacio

Sala

El término sala, de acuerdo al contexto en el cual se lo utiliza, presentará diferentes referencias.

Uno de los usos más comunes es para referir a aquel espacio de la casa en el cual se concentra la vida social de los integrantes de la familia.



Figura 15
LIVING ROOM
Fuente: (Perez, 2011)

Por ejemplo, en la sala la familia suele reunirse para ver la televisión, para charlar sobre sus eventos del día, para tomar un café luego de la cena, para jugar algún juego de mesa, recibir a sus invitados, entre otras actividades.(Definición ABC, 2007 - 2011).La misma suele estar equipada con varios sofás o sillones, una mesa de centro, sillas, estanterías, mesas esquineras y otros tipos de muebles que hacen de soporte para la TV o el equipo de música. Dicha decoración variaría de acuerdo al gusto y preferencia de cada familia.(Mesalles, 2010)

Entre los componentes de los muebles de sala que se puede colocar están las mesas auxiliares, a las que se define como un mobiliario de tipo accesorio cuyo nombre posee un estrecho vínculo con su ubicación (lateral, de pasillo, de centro), su uso (té, cóctel, café) o su forma (consola, plegable, extensible, etc.), los mismos que pueden ser utilizados para agregar funcionalidad y realzar la imagen de un ambiente, en este caso, la sala.

Dormitorio

Se entiende por dormitorio al espacio o habitación de una vivienda especialmente diseñado para el descanso de las personas. El dormitorio es además uno de los únicos espacios del hogar donde está implícita la idea de privacidad en comparación con otros espacios de uso común como la cocina, el baño o el comedor. (Definición ABC, 2007 - 2011). Debido a esto cada persona decora, arma y ordena

su dormitorio de acuerdo a sus preferencias personales, y posibilidades económicas y de espacio, pudiendo diferir muchísimo el estilo entre los miembros de una misma familia, especialmente si se habla de personas de diversas generaciones (como abuelos, padres o hijos), así como también en términos de género o de número de personas que lo usen.

Un tercio de la vida de las personas transcurre en la cama, algo tan importante como el sueño no es tan solo una cuestión de cantidad sino también de calidad, los muebles para el dormitorio suelen estar íntimamente ligado con sus accesorios y componentes como son las camas con los colchones, las lámparas con las mesas de luz, la cómoda con los espacios y divisiones necesarias para guardar la vestimenta, los armarios, etc. ya que de alguna forma u otra todos estos componentes básicos se relacionan ya sea por funcionalidad o decoración.(Mesalles, 2010)



Figura 16
JUEGO DE DORMITORIO
Fuente: Muebles Aguilar

Estudio

Es el espacio del hogar utilizado para realizar actividades como leer, estudiar, realizar tareas, reuniones, entre otras, relacionadas a necesidades académicas formales e informales, intelectuales, ocio, laborales que tienen los diferentes miembros de la familia.

Este cuarto de estudio es necesario que este equipado con muebles de hogar tales como libreros, archivos, armarios, estantes, escritorios, sillas y demás artículos

que generalmente son usados en las oficinas dando un toque de elegancia y distinción a este lugar de la casa.



Figura 17
CUARTO DE ESTUDIO 003
Fuente: (Mundo Casa, s/f)

Una de las principales razones por las que los fabricantes de muebles vienen enfocándose, cada día más, a elaborar escritorios y demás productos de oficina para el hogar, es debido a la mayor demanda por estos muebles por parte del consumidor.(Definición ABC, 2007 - 2011)

Esta subcategoría también viene incrementando su participación dentro de la industria del mueble, gracias a que la generación moderna tiende a contar con un pequeño espacio de oficina en su casa y en muchos casos trabajan profesionalmente desde su hogar.

Las principales características que se presentan en este sector son:

- Los escritorios para el hogar se encuentran entre los cinco principales muebles que se demandan en la actualidad.
- La demanda por estos productos ha ido creciendo paulatinamente
- En este tipo de muebles, los que ya vienen armados, son los de mayor venta en el mercado que los que hay que armar.
- Este tipo de mobiliario está muy relacionado con el de computadoras personales, lo que incrementa aún más la venta.(Nutsch, 2005)

Por lo general este tipo de oficinas dentro de casa deben establecerse en cuartos aislados ya que constituyen lugares ideales para recibir visitantes o para estar tranquilos donde puede llevarse a cabo tareas inconclusas de la oficina, universidad, colegio o escuela, entre los componentes que forman estos muebles de oficina en el hogar se pueden encontrar los libreros, estantes, escritorios.(Mesalles, 2010)

Se aconseja también construir estanterías de piso a techo y colocar allí, en la parte más alta, los artículos de poco uso; las sillas son elementos fundamentales dentro de estos componentes de los muebles de oficina para el hogar; si se va a pasar mucho tiempo sentados frente a la computadora, es necesario contar con una silla cómoda cuyo respaldo brinde a la espalda el apoyo suficiente, los escritorios deben ser lo más amplios posibles y no destinarlos únicamente a albergar el ordenador, deben permitir escribir, leer y colocar más objetos al mismo tiempo. (Mesalles, 2010)



Figura 18
ESTUDIO
Fuente: (Muebles Cuenca, s/f)

Otros muebles utilizados en distintas áreas de la casa que es importante mencionar en función de la variedad de muebles de hogar de diferentes ambientes dentro de la vivienda son:

Vitrinas

Son muebles de diferentes formas que por lo general poseen puertas de cristal para exhibir los objetos colocados en su interior, por lo general son utilizadas en negocios para la venta de artículos físicos, en el caso de hogar se utilizan como decoración.

Estos muebles vienen incrementando su participación en el mercado de manera muy dinámica, debido por un lado, a que este mueble se viene relacionando cada día más con la compra de un comedor y por otro, a que las generaciones jóvenes gustan de este tipo de artículo, debido a su gusto por coleccionar objetos.

Otros factores importantes que favorecen la comercialización de los esquineros, es que ocupan menor espacio que las vitrinas rectangulares comunes, lo que beneficia a aquellas familias que disponen de un lugar pequeño para vivir. (Secretaría de Economía Durango, s/f)

Entre los principales factores a considerar en este rubro están:

- Los esquineros han estado teniendo un crecimiento importante en el mercado de muebles, en la mayoría de los casos las personas que planean comprar un comedor, están también pensando comprar un mueble de este tipo.
- El nicho de mercado que más busca comprar un esquinero son los padres jóvenes, debido a que buscan proteger de sus infantes y sus mascotas algunos artículos de colección.



Figura 19
ESQUINERO
Fuente: (Muebles Cuenca, s/f)

Mesas de centro y auxiliares

Este es otro producto con gran potencial para el fabricante de muebles de hogar, ya que por un lado la mayor parte de éstas se elaboran con material de madera y, por otro, están en las tendencias de las denominadas generaciones modernas. A lo anterior, también hay que agregarle que este tipo de mesas se vienen demandando más en el mercado, debido a la versatilidad que ofrecen para colocarlas en cualquier

parte de la casa, ya que se ha visto que el consumidor, en lugar de comprar estos artículos para complementar las salas, las compra cuando adquiere muebles para recámara, de oficina para la casa y aun conjuntamente con lámparas. (Secretaría de Economía Durango, s/f)

Las principales características de las mesas de centro y auxiliares son:

- Para el consumidor es muy importante el acabado, el color y el estilo de las mesas, ya que las utilizan para combinarlas con su decoración interior.
- Las mesas tienen la ventaja de que pueden ser ofrecidas en diferentes puntos de venta y no únicamente en tiendas de muebles, ya que se ha visto que los consumidores buscan comprar una mesa conjuntamente con otro mueble



Figura 20
MESA DE CENTRO
Fuente: (Solinofi, s/f)

- Es importante la variedad de estos artículos en cuanto a estilos, ya que los consumidores les gusta contar con varias opciones antes de decidir su compra, y generalmente planean usar estas mesas en diferentes lugares del hogar.



Figura 21
MESA DE CENTRO COLECCIÓN CARAMELO
Fuente: (Hoyos, 2012)

1.2. Estructura del mercado de muebles de hogar

1.2.1. El mercado de muebles

Dentro del comportamiento histórico de las empresas productoras y comercializadoras de muebles para el hogar, ha ido variando, ya que dentro de sus historia había empresas en donde sus modelos eran escasos, en diseños, con materia prima no de excelente calidad a precios bajos pero de igual manera no contaban con garantía, con el pasar los años y de acuerdo al incremento en el número de competidores en este mercado se ha ido mejorando y especializando, no solo en la calidad sino también las promociones, atención al cliente, precio, modelos y garantía. (Proyecto Bolfor, 1996)

La industria de los muebles se inició con la llegada de empresas que llenaron de pasión y buen gusto a los demandantes de bienes como son los muebles de hogar, con la única intención de transmitir amor y brindar un ambiente de paz a los hogares y dar un realce tanto económico y social para los que habitan en el hogar como para los visitantes. Entre estos muebles existen: Luis XV y XVI que son muebles tallados y forman parte fundamental de la historia. (Sanchez, 2012)

El juego de sala, comedor, dormitorio o cocina de su hogar, así como de la mayoría de casas del país, es muy posible que hayan sido producidos en el Azuay. Esta provincia es la pionera del Austro en la producción industrial de muebles y su capital, Cuenca, es donde se fabrica cinco de cada 10 muebles ecuatorianos.

La facturación de la industria nacional del mueble es de 142.000.000 de dólares anuales, según el Censo Nacional Económico del 2010.(Idrovo, 2009)

La producción del mueble azuayo no solo atiende al mercado local sino que también satisface la demanda de ciudades como Quito y Guayaquil. Esto es debido, no solo a la calidad de sus productos sino a la confianza que genera el empresario cuencano en esos mercados. (Idrovo, 2009)

De acuerdo al Censo Económico del año pasado, la industria del mueble en Cuenca agrupa a 482 fábricas, lo que significa el 12,13 por ciento del país. Mientras que el ingreso por ventas es de 59,6 millones de dólares, equivalentes al 41 por ciento de esa industria a escala nacional. (Idrovo, 2009)

Análisis de la exportación de muebles de hogar

Los 15 productos con mayor potencial seleccionados por CORPEI y el Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo (CBI) en el 2008, los muebles están dentro de estos productos.(Idrovo, 2009)

El mercado global de muebles generó 237.2 mil millones en el 2006 y representó una tasa de crecimiento del 3.1% para el período 2002 – 2006. El mercado de muebles de hogar registra un crecimiento en los últimos tres años, el crecimiento promedio ha sido del 4.5% y se proyecta que esta tasa se mantenga en el período 2006 – 2011.(Idrovo, 2009)

Los grandes competidores están en Asia a pesar de que Italia, Alemania y Canadá dominan la oferta internacional del mueble con una participación conjunta del 28% del mercado, China y Vietnam figuran como los exportadores más dinámicos para muebles, registrando tasas de crecimiento promedio anual del 31% y 46% respectivamente.(Idrovo, 2009)

La Sociedad Americana para Pruebas y Materiales (ASTM) ha publicado que hay por lo menos 14 normas diferentes para muebles. El American National Standard Institute – ANSI (Instituto Nacional de Normalización de los Estados Unidos) y la Asociación de Fabricantes de Muebles para Negocios e Institucionales (BIFMA) han promulgado también una norma para muebles de pequeña oficina/oficina en el hogar.(Idrovo, 2009)

Oportunidades comerciales para muebles en la UE

En Europa se encuentran las mejores oportunidades de productos en los siguientes tipos de mobiliario: muebles de diseño étnico para dormitorios y salas de estar y pequeños artículos decorativos; varios productos de fácil montaje; muebles de oficina en el hogar; piezas pequeñas o de uso ocasional; y muebles especializados para niños y personas mayores.(Idrovo, 2009)

Evolución de las exportaciones

Las exportaciones totales del sector de muebles se avaluaron en aproximadamente 6 millones de dólares y un poco más de mil toneladas en el 2007. Se registró un crecimiento promedio anual del 11% en términos FOB y 2% en toneladas en el último quinquenio. Se han presentado decrecimiento desde el año 2003 hasta el año 2005, sin embargo, se observa un excelente desempeño en los años posteriores (tasas de crecimiento sobre el 40%).(Idrovo, 2009)

En el año 2007 se presenta un crecimiento del 40%, tasa muy superior al incremento registrado en las toneladas exportadas (19%), por lo que se puede deducir una ventaja en cuanto a precios. Este incremento se justifica principalmente por las exportaciones de los demás muebles de madera y los muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios.(Idrovo, 2009)

Principales mercados de destino

Ecuador exporta anualmente muebles a 49 países en el mundo. Es así como los demás muebles de madera, como producto estrella del sector, se exporta a países de Europa, América del Norte, Central y Sur y Asia (Idrovo, 2009).

Sin embargo se presenta una alta concentración en valores exportados ya que más del 46% se destina a América Latina y el Caribe y el 34% se destina exclusivamente a Estados Unidos.(Idrovo, 2009)

Las importaciones que Estados Unidos realiza desde Ecuador no han crecido en promedio durante el período 2001-2005. Este país registra el 32% de la importaciones globales de muebles y el crecimiento de sus compras desde el mundo es del 11% en los últimos cinco años, por lo que éste es un mercado que aún falta por explotar puesto que no es un mercado maduro. Los demás muebles de madera se constituyen en el producto más importado por Estados Unidos, ya que representó el 82% en el 2006. Otros productos importados son los muebles de dormitorio y de oficina. (Idrovo, 2009)

Venezuela es un mercado cuyas importaciones de muebles han crecido a una tasa del 21% en el período 2002-2006, no obstante las importaciones que realizó desde Ecuador crecieron a una tasa del 81% en el mismo período, tasa muy superior a la que mantiene con el mundo (21%) de Ecuador se abastece principalmente de partes de muebles (36%), muebles de metal para oficinas (32%) y de muebles de madera para oficinas.(Idrovo, 2009)

Otros países de importancia para las exportaciones ecuatorianas de este sector son Colombia, Panamá, Costa Rica y Perú, países en los que Ecuador ha fortalecido su presencia, un caso particular a destacarse es el de Venezuela y Costa Rica que registra un crecimiento del 81% y 62% respectivamente en las importaciones que realizó desde Ecuador entre los años 2002-2006.(Idrovo, 2009)

También es importante mencionar que en el período indicado tres de los principales mercados a los que Ecuador exporta muebles registran tasas de crecimiento mayores a sus importaciones globales, lo que evidencia que son mercados en auge sin embargo las tasas de crecimiento de las importaciones que realizan desde Ecuador han sido superiores.(Idrovo, 2009)

Historia

La industria del mueble surgió en Cuenca luego de la baja en ventas de la paja toquilla en los años 1960, fecha en la que el Gobierno aplicó en la zona del Austro

una exoneración tributaria para incentivar la producción. En esa época surgió la empresa de llantas ERCO y luego la industria de la madera.

Al principio la mayoría de talleres y empresas dedicadas a la elaboración de muebles de hogar lo realizaban de manera artesanal es decir a mano, con el paso de los años la visión empresarial hizo que las fábricas adquirieran nueva tecnología, como la incorporación de un molino que permitía hacer tableros aglomerados, además de capacitar técnica y administrativamente a sus empleados.

Innovación

Para estar siempre a la vanguardia del diseño, los especialistas de la empresa del mueble buscan inspiración en las tendencias mundiales. En el caso de Colineal, los diseñadores visitan ferias en Milán, París y Carolina del Norte.

La materia prima es la misma que utiliza la mayoría de las industrias del mueble de la ciudad. Muy parecida al roble, que es una madera generosa, resistente y de mediana densidad que brinda mejores posibilidades de uso a la fabricación de muebles.

Tendencia

La tendencia actual, es maximalista, un estilo de arquitectura interior que se centra en objetos, colores o formas y que interviene un espacio con piezas o texturas disímiles, es decir, lo étnico con lo moderno, lo rústico con lo natural. Pero para que esta tendencia se asiente en el país, se debe haber un proceso de tres o cuatro años, según varios especialistas en esta rama ya que es un proceso lento, donde hay que venderle la idea al cliente y este es el tiempo que se demora imponer una tendencia en el mercado.

A pesar de las tendencias de la industrialización, y las amenazas del mercado varias empresas de este sector en Quito se caracterizan en el mercado actual por seguir un proceso de producción donde intervienen modernas máquinas y hábiles

artesanos que deja sin lugar a duda un excelente producto con un detalle extraordinario, de esta manera se mantiene el mismo principio de expresar un ambiente de amor, comodidad, confort, buen gusto y armonía a los hogares quiteños.

En el Ecuador y en especial en el cantón Quito la venta de muebles para el hogar representaba un ente económico muy importante para muchas empresas de esta industria por la competencia que era escasa en años anteriores al 2000, a pesar de pocos diseños en el mercado, lo que se ha visto totalmente cambiado en esta última década desde el año 2000 hasta el año 2010, donde este mercado ha alcanzado un porcentaje importante de ventas por la gran demanda que existe en la población del cantón.

Uno de los grandes mercados informales que se puede encontrar en la ciudad de Quito es en el sector de San Roque y en la Av. América, a pesar de su baja calidad en la mayoría de sus muebles con relación a la calidad de muebles de locales con mayor prestigio como Ashley, dichos muebles cuentan con una gran participación de consumo en el mercado ya que existían y existen muebles para todo tipo de gustos y con diferentes precios para cubrir todo tipo de demandas por parte de los clientes.

Tecnología

En lo que se refiere a tecnología no se contaba con la adecuada para los procesos de fabricación, retardando así la entrega a los clientes, de igual manera los trabajadores no estaban capacitados para realizar distintos modelos de muebles todo esto antes del año 2000.



Figura 22
CORTADOR DE MADERA
Fuente: (Dremel, 2012)

Pero a partir del año 2001 todo esto ha ido cambiado drásticamente, por lo que el mercado de muebles de hogar va cada vez innovando sus modelos. (Ministerio de Educación y Ciencia, 2005)

Materia prima

La materia prima también representa una gran desventaja para los productores de muebles de madera, que mediante la presión de cuidado ambiental que ejercen grupos ecologistas y el gobierno, se hace más costosa la elaboración de muebles de madera, incrementando el precio final de los mismos.

En lo que se refiere a diseños existe variedad en el mercado formal, con materia prima de calidad, pero sus precios son elevados, en el mercado informal se encuentra precios bajos pero la mayoría de su mercadería no tiene la misma calidad que los otros muebles mencionados en este mismo párrafo. (Centro de tecnologías Limpias, 2009)

Producción

La visión para muchas empresas es expandirse en el mercado y comercializar muebles para la decoración del hogar no solo para la acogida de todo el Ecuador sino del mundo entero sin perder lo artesanal, por medio del despertar en los clientes un buen gusto, incrementar la producción, imponer líneas, transmitir amor y calidez de un ambiente a través del producto y generar fuentes de trabajo. (Centro de tecnologías Limpias, 2009)

Los diseños y las tendencias son el pilar fundamental en la producción, porque se cuenta con la tecnología adecuada, para elaborar diseños innovadores, que podrán incrementar sus ventas, también para incrementar esta producción de muebles de hogar se deberá analizar datos económicos actuales, datos de consumo, preferencias, costos, precios y de cualquier otro tipo, que permita establecer las directrices que van a definir el futuro de la producción y consumo de muebles de hogar en el cantón de Quito.

Legislación

Se tiende a que todas las empresas que producen muebles, cumplan con las normativas de riesgos ambientales, laborales, sociales y tributarios, exigidos hoy por hoy por los organismos de control a nivel nacional y principalmente seccional para aquellos ubicado en el cantón Quito.

La vigilancia y el control de más de cuatro organismos como son: Ministerio del Ambiente, Municipio de Quito, Bomberos, Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Trabajo entre otras. También existen organismos filiales que brindan asesoría y capacitación como por ejemplo el Ministerio de la Producción, Cámara de la Pequeña Industria

Financiamiento e inversión

Para la empresa productora y comercializadora de muebles para el hogar se analizarían dos tipos de recursos financieros: recursos propios y/o recursos de terceros.(Jaramillo, 2010)

En lo que se refiere a recursos propios se los puede obtener mediante posibles socios, esto incluye el aporte de cada socios sea en bienes o en dinero en efectivo, también se refiere a las utilidades propias de la empresa en caso de reinversión.

Los recursos a terceros se realizarán por créditos a Instituciones Financieras, estudiando la tasa de interés activa que brindan al mercado estas instituciones, estas pueden ser: bancos públicos, bancos privados, mutualistas y cooperativas.(Jaramillo, 2010)

Publicidad

La publicidad no era muy amplia en los diferentes medios de comunicación y en la actualidad se menciona que las empresas de producción y venta de muebles de hogar más reconocidas en Quito son Colineal, Muebles el Bosque, Ashley,

Modermueble entre otras son las únicas que promocionan sus muebles a través de los diferentes medios de comunicación masiva, las demás empresas muchas veces lo realizan de manera informal por medio de volantes para dar a conocer y ofertar sus productos en las diferentes líneas. (Sanchez, 2012)

En la actualidad la publicidad ha aumentado en esta industria sobre todo en los sectores formales, estas se realizan por internet por medio del comercio on-line, comercio en línea, compra electrónica más conocida como e-Commerce, televisión, radio, prensa escrita, ahora las personas pueden elegir sus modelos y colores por internet, en donde le ofrecen productos de calidad y lo más importante la garantía que las empresas ofrecen por sus productos.

Otro gran cambio en Quito es la actual organización de ferias y exposiciones de muebles de grandes productores de otras ciudades, en especial de Cuenca, incrementando la competencia que tenían los productores propios del cantón, y que estas ferias han incrementado su permanencia, frecuencia y participación durante los últimos años.

Distribución y Comercialización

Cabe mencionar que en este sector como en la mayoría de sectores se encuentran empresas que realizan la distribución directa siendo fabricantes y llegando al consumidor final, pero también existen compañías intermediarias.

Dedicarse a la producción y distribución de muebles para hogar, innovando diseños originales para todos los ambientes y necesidades, basándose en la industria moderna y contando con artesanos altamente calificados, asegura hoy por hoy un producto orgullosamente ecuatoriano de buena calidad.

Otra tendencia de mercado generalizada y que en Quito no es la excepción es la forma de pago que se la realiza a crédito, mediante las tarjetas de crédito diferidas para diferentes plazos con o sin intereses, promociones, créditos directos con los

locales comerciales, etc., para poder aumentar su consumo, todo depende como elija el cliente y como la empresa comercializadora facilitando la adquisición de muebles.

La tendencia innovadora y creativa de los diseños de los nuevos muebles, es clave para la competitividad y así satisfacer las necesidades de los clientes, buscando comodidad y confort, a precios accesibles para los diferentes tipos de consumidores. (Sanchez, 2012)

Un factor condicionante en el mercado de muebles para el hogar es la moda, la cual no es perdurable, por lo que siempre hay que estar atento a lo que se va a utilizar en la próxima temporada y que modelos nuevos el productos deberá realizar para poder competir con las demás comercializadoras de este mercado de muebles de hogar y satisfacer cada vez las necesidades de los consumidores, esta es una tendencias en donde la empresa productora y/o comercializadora de muebles de hogar en los diferentes tipos de muebles debe mejorar continuamente sus diseños ofreciendo creatividad e innovación a sus clientes. (Proyecto Bolfor, 1996)

1.2.2. Producción de muebles de hogar

En la economía, la producción es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías por medio de un proceso, esta producción constituye uno de los principales procesos económicos y el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

Un mueble es un objeto movable útil para la actividad humana, los muebles se han desarrollado desde simples palos encolados a consolas doradas, la función y el aspecto decorativo de los muebles han sido enfatizados a través de la historia humana de acuerdo a factores económicos y de moda (Proyecto Bolfor, 1996)

Los muebles modernos están relacionados a la arquitectura y al diseño de interiores, el diseño de los muebles integra el trabajo, el servicio y la belleza dentro de una completa armonía.

Existen diferentes tipos de materiales usados en la producción de muebles, la madera es la más usada y posiblemente el mejor material para la producción de muebles. El uso de madera sólida natural ha declinado en los últimos años, la madera natural tiende a hincharse y encogerse con los cambios de la presión atmosférica y la humedad. Además, su costo se ha elevado debido al reducido número de suministros de madera y al alto porcentaje de desechos que genera durante las distintas operaciones de corte. En consecuencia, los muebles de madera están siendo producidas de madera enchapada, aglomerados de madera, bloques de madera, entre otros. (Proyecto Bolfor, 1996)

Existen diversos modos de producción dentro de una sociedad, determinados por las relaciones de producción que las personas establecen entre sí, a través de las relaciones de producción, el trabajo individual se convierte en una parte del trabajo social.

Dentro de la producción es importante determinar la capacidad de producción que es el nivel de actividad máximo que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite conocer y analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos. (Proyecto Bolfor, 1996)

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión por ejemplo la adquisición de una máquina adicional.

El análisis del estado del arte del paradigma de la estrategia de producción permite conocer la situación en que se encuentra este campo de investigación en la producción de muebles de hogar, evidenciándose la necesidad de estudios más profundos en torno a su desarrollo, tanto en los aspectos del contenido como del proceso, de manera tal que se incursione, no sólo en la forma más apropiada de planear, organizar y ejecutar las estrategias de producción de muebles de hogar, sino también, en los modelos, metodologías y/o procedimientos, los cuales atribuyen una

mayor perspectiva a este paradigma y como todo esto en consunto percibe el consumidor con el precio y producto final.(Cite Madera, 2009)

El análisis del estado de la práctica en muchas de las empresas industriales contemporáneas, ha permitido constatar que la perspectiva estratégica en producción es algo aún incipiente en la mente de muchos de los empresarios y artesanos. Muchos fabricantes no parecen competir aún sobre una plataforma de excelencia y liderazgo en su función de producción. En tal sentido, resta un gran trabajo por hacer para alcanzar el nivel superior de desarrollo estratégico-competitivo en sus procesos industriales y manuales también.(Cite Madera, 2009)

En el proceso de producción, los factores que inciden sobre el costo son los siguientes:

- La falta de una oferta y demanda constante de madera.
- El mantenimiento y uso inadecuado de los equipos de corte, que incrementan defectos y desperdicios en el habilitado y maquinado de las piezas de madera.
- Las fallas o defectos en el proceso de producción y re-procesos por deficiente control de calidad durante el proceso productivo desde la materia prima hasta el producto terminado, por la falta de calificación del personal.
- Inadecuados flujos de producción y el no uso de dispositivos para la producción homogénea y estandarizada de los productos en serie.
- Deficiente aplicación de la técnica de costeo e inadecuado conocimiento del costo de producción.(Cite Madera, 2009)

Para la fabricación de los muebles implica varios procesos:

- De acuerdo al modelo que haya elegido el cliente, los carpinteros cortaran la madera.
- División y espigado de la madera en este paso el carpintero debe dar forma a los pedazos de madera
- El tallado se realizará de acuerdo al gusto de los clientes, en muebles de sala comedor, dormitorio, estudio.

- El pulido consiste en afinar el las piezas para lo que se utilizan lijas de diferente grosor según la necesidad, luego se procede aplicar sellador en estas piezas, y se vuelve a lijar con lijas más finas.
- Lugo de los procesos anteriores las piezas están listas para armarles, en donde queda la estructura del mueble.
- El lijado es un paso es fundamental, en donde el lijador de acuerdo al tipo de lija debe ir demostrando la elegancia del mueble
- De acuerdo al tipo de lacas el lacador dará el toque final del mueble en donde necesita de mucha paciencia para que el mueble sea de calidad.
- De acuerdo a los gustos del cliente el mueble se tapizara de acuerdo a los colores que elija el cliente. (Centro de tecnologías Limpias, 2009)

1.2.3. Incidencia de la producción de muebles de hogar

La incidencia positiva que las actividades de producción ejercen sobre el desarrollo de los países, ha conducido a los gobiernos de los diferentes estados del mundo y del Ecuador a destinar una parte de sus recursos financieros a la potenciación de la producción, de la ciencia y la innovación tecnológica como vía ineludible para el mejoramiento de la sociedad y el aumento de los recursos financieros, útiles y beneficiosos para todos los ciudadanos de un país. (Quevedo & Jesús Chía, s/f)

Es importante analizar que es la productividad, de la cual desemboca la incidencia económica de la producción y se puede decir que la productividad es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción, es la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

La productividad debe ser definida como un indicador de eficiencia dentro de un proceso productivo, cualquiera que se esté relacionando la cantidad de producto utilizado con la cantidad de producción obtenida. (Proyecto Bolfor, 1996)

En los países como el Ecuador, donde el financiamiento a la actividad productiva es insuficiente para lograr el empeño de remontar el profundo atraso científico-tecnológico respecto a los países llamados de primer mundo, la medición de estos resultados se convierte en un proceso ineludible(Quevedo & Jesús Chía, s/f)

En los países tercer mundistas, está inmerso en un proceso de recuperación económica al cual la ciencia y la innovación tecnológica han de contribuir notablemente. Se debe agregar valores a productos y servicios para fomentar las exportaciones, incrementar la sustitución de importaciones o aportar beneficios tangibles, que se reflejen en indicadores que afectan a la economía de un país o región. (Enríquez, 2006)

En este contexto, se inserta el proceso de implementación de la medición de la producción de muebles de hogar en el cantón Quito a través del impacto de sus resultados que sería las cantidades producidas, versus las cantidades vendidas a comerciantes y clientes finales y como esto afecta a la economía del cantón.

Todos estos factores mencionados anteriormente podrán determinar el impacto económico en la producción y comercialización de muebles de hogar dependiendo del tamaño óptimo, que en un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, las mismas que deberían ser comercializadas en el mercado y consumidas por las personas que para este caso habitan en el cantón de Quito.

Los factores condicionantes básicos para la implementación del tamaño óptimo de la capacidad de producción de una planta dedicada a producir bienes y/o servicios son los siguientes:

- Mercado de consumo existente
- Distribución geográfica de los consumidores
- Disponibilidad de materias primas
- Disponibilidad de tecnología local
- Tecnología de la competencia

- Disponibilidad de recursos financieros
- Disponibilidad de recursos legales
- Disponibilidad de mano de obra
- Política económica
- Normatividad ambiental
- Normatividad laboral
- Restricciones geográficas para industrias
- Acceso de viabilidad a la industria
- Otras

1.2.4. Proceso de fabricación de muebles de hogar

El proceso de fabricación de un mueble de hogar por lo general abarca varias etapas como son:

- **Corte:** Es el proceso en el cual se seccionan los tableros de acuerdo a los modelos.
- **Maquinado:** Es el proceso de rauteado (moldura realizada mecánicamente a través un pantógrafo), engrosado, perfilado de los tableros ya cortados.
- **Armado:** Aquí se le da forma al mueble.
- **Preparado:** Se lija y se emplastece que es igualar y preparar la superficie del mueble para poder pintar sobre ella.
- **Fondeado:** Aquí se aplica sobre el mueble previamente preparado, los distintos tipos de fondos a través de bombas de aire para barniz (pistolas).
- **Barnizado:** En esta etapa se aplican, previa revisión de posibles defectos, los materiales poliuretanos (materiales plásticos artificiales muy utilizados para obtener productos compactos o esponjosos para acabados).

- **Embisagrado y terminado:** Este es un proceso de vestir y revisar el mueble.
- **Control de calidad:** Es la etapa final donde se revisa que el mueble este en perfectas condiciones para su empaclado y posterior entrega.

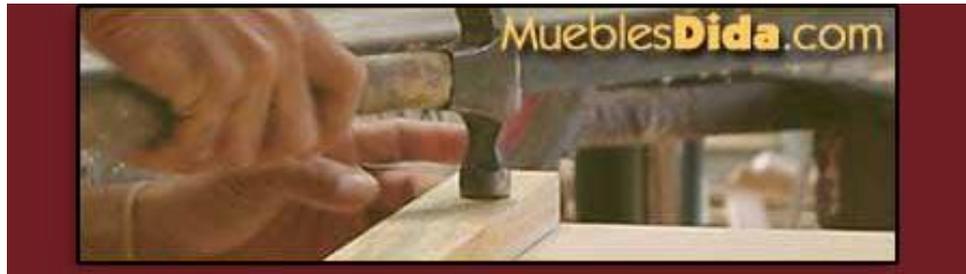
Proceso de elaboración de muebles de hogar de la empresa Muebles Dida



El primer paso en la fabricación de los muebles consiste en el manejo adecuado de la materia prima que es el paso fundamental para la elaboración de un excelente mueble. Para esto la madera debe ser curada y secada al horno, evitando de esta manera las torceduras ocasionadas por la humedad y protección contra polilla.



Elaboración de los cortes, canteado de madera (consiste en dejar una cara, o ambos rectos para poder dimensionar la madera, a la medida que el producto o el cliente lo necesite), cepillado de la madera (una vez que son terminados los procesos de corte, canteado, se comienza a cepillar la madera, para dejar sus caras a la medida requerida por el cliente), corte de presa exacto o final (corte de la madera para realizar el mueble a la medida requerida).



Luego se prosigue haciendo las piezas necesarias para armar el mueble por medio del escoplado que es el taladrado de piezas de madera y el espigado que es unir las piezas de madera)



El lijado de las piezas juega un papel importante en la terminación del mueble y debe realizarse antes del ensamble para evitar luego pequeños detalles que puedan dañar la apariencia del mueble. Ensamble de mueble y lijado final son los pasos finales en carpintería



El proceso de pintura que se utiliza es un acabado poliuretano con características siguientes: textura sólida que evita los rayones en las superficies del mueble, simulación a madera de color y acabado brillante.



El primer paso consiste en un lijado preliminar del mueble, se prosigue después a aplicar la base la cual es lijada nuevamente con lija fina y se aplica una nueva capa de base. Esta doble aplicación de base se realiza para asegurar que el poro del material este bien sellado y el acabado sea el adecuado.



Los pasos finales consisten en dar el acabado con un rayado especial con brochas, se aplica el color con pistola para finalmente dar el acabado final.

1.3. Análisis de la demanda

Entiéndase por demanda a la cantidad de productos o servicios que la población dentro de un área geográfica (mercado) puede adquirir y consumir para satisfacer la necesidad adquirida en base a diferentes factores.(Amez, 2005)

Como menciona García en su artículo la demanda es “la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

1.3.1. Clasificación de la demanda

Existe una gran cantidad de clasificaciones de la demanda, entre ellas están las más significativas según varios autores:

- En relación a las necesidades que cubre
 - Demanda de bienes socialmente básicos (salud, vestido, vivienda, alimentación, entre otros)
 - Demanda de bienes no necesarios (bienes suntuarios)

- En relación con su temporalidad
 - Demanda continua (permanente)
 - Demanda cíclica o estacional

- De acuerdo a su destino
 - Demanda final
 - Demanda intermedia
 - Demanda de exportación

- De acuerdo a la estructura del mercado
 - Sustitución de importaciones
 - Demanda insatisfecha o potencial
 - Mercado cautivo o integrado

- De acuerdo a su probabilidad
 - Demanda efectiva o real
 - Demanda aparente
 - Demanda potencial

- De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos
 - Demanda básica
 - Demanda derivada. (Gómez, 2010)

En relación a las necesidades que cubre

Demanda de bienes socialmente básicos, La sociedad los requiere para su desarrollo y crecimiento y se relacionan con alimentación, salud, vestido, vivienda y otros rubros.

Demanda de bienes no necesarios, Se derivan de una necesidad creada artificialmente, por gustos o preferencias.

En relación con su temporalidad

Demanda continúa, es aquella que se ejerce de forma permanente, como por ejemplo la demanda de bienes relacionados a la alimentación y vestimenta.

Demanda cíclica o estacional, es aquella que depende de un ciclo de tiempo o un periodo determinado, este puede ser la demanda de ropa de invierno durante las épocas frías o de lluvias.

De acuerdo a su destino

Demanda final. La que se identifica con los bienes o servicios finales.

Demanda intermedia. La que realizan las empresas que adquieren el bien o servicio en sus procesos productivos.

Demanda para exportación. La ejercida por empresas, nacionales o extranjeras, para destinarla al mercado de otros países.

De acuerdo a la estructura del mercado

Sustitución de importaciones. Cuando el mercado es abastecido por oferta extranjera y se identifica la posibilidad de satisfacerlo con producción interna.

Demanda insatisfecha o potencial. Cuando la oferta es restricta, la existencia de un mercado insatisfecho es evidente

Mercado cautivo o integrado. Un mercado cautivo es aquel que se tiene a disposición del proyecto estudiado.

De acuerdo a su probabilidad

Demanda efectiva o real, es la demanda totalmente cierta.

Demanda aparente, es aquella demanda probable en la cual no se reconocen las mermas por comercialización

Demanda potencial, es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se puede volver real

De acuerdo con los consumidores o usuarios inmediatos

Demanda básica, cuando el uso o consumo es final, por ejemplo los consumidores de leche.

Demanda derivada, cuando los usuarios o consumidores son intermediarios, entendiéndose a esta intermediación como la transformación del bien demandado, por ejemplo la demanda de harina deriva de la demanda de pan.(Gómez, 2010)

Para el caso de los muebles de hogar en general, se encuentra dentro de la demanda de bienes socialmente básicos, por la naturaleza del producto y por su temporalidad, ya que la reposición del producto es mayor a 10 años, también se incluye dentro de la demanda permanente y final.

Cada producto puede estar dentro de una clasificación diferente de la demanda, esto depende del usuario que lo demanda y cuál será el uso final que se le dé al bien.

1.3.2. Factores de afectan a la demanda

Nivel de ingresos, este es otro factor de importancia en este estudio de investigación

Riqueza, el valor que una persona dispone para gastarlo en lo que desee.

Población, a mayor población, mayor demanda de bienes y servicios

Tamaño y crecimiento del mercado habitacional, es importante analizar este factor ya que se debe indagar hacia dónde va a, y cómo influye el crecimiento de la población y las familias y los tipos de vivienda. (Gómez, 2010)

Hábitos y preferencias, esto es un factor importante de la demanda pero depende mucho de los gustos del consumidor

Ciclo de vida y uso de muebles, la forma como son usados los muebles, la usabilidad ha sido un aspecto principal en muchos estudios normativos acerca de muebles, especialmente durante la última mitad del siglo 20, al mismo tiempo que el estilo funcionalista de la arquitectura profesó que la función debe ser el punto de partida para todo diseño.

Precios de bienes relacionados, pueden ser sustitutos (bien que puede usarse a cambio de otro y que posee casi los mismos beneficios y características que el primero) o complementarios (bien que se usa junto con otro bien), y para el caso de los muebles de madera, están los muebles en otros materiales que son más económicos como el plástico.

Precio esperado, la expectativa de un alza a futuro en el precio de un bien aumenta la demanda en tiempo actual, de la misma manera si el precio futuro esperado es menor disminuye la demanda actual hasta que el precio se reduzca.

1.3.3. Comportamiento histórico de la demanda

La demanda puede ser calculada a futuro basado en datos estadísticos de por lo menos cinco años hacia atrás, en base a esto se puede estimar comportamientos de consumo de los demandantes, existen fuentes de información primarias y secundarias, entendiéndose por primarias a aquellas directamente relacionadas con el uso del producto y por secundarias a los gobiernos centrales y seccionales, cámaras, grupos o sectores de productores y fabricantes que llevan un registro y realizan estudios de mercado de manera cíclica.(Franklin, 1998)

Las fuentes primarias son más costosas, se utilizan técnicas de recolección de información con diferentes locaciones, personas o productores, a diferencia de las secundarias que ya están en datos agrupados y recolectados por terceras personas ajenas a la investigación actual. (Secretaria de Economía Durango, s/f)

Para el caso de los muebles de madera en el cantón Quito, existen datos de cantidad de producción, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

Para el caso de los muebles de hogar el comportamiento histórico de la demanda se puede mencionar desde los tiempos más remotos como se puede apreciar en la historia de los muebles, pero para efecto de esta investigación se relaciona directamente con el cantón Quito, y tomado en cuenta varios factores y tendencias de la vida de los quiteños, en el siglo XVIII la ciudad se pobló principalmente de viviendas de gran tamaño con cuartos amplios y demandando muebles en el mismo estilo en relación a tamaño y por lo general de épocas coloniales ubicada en el centro histórico y que actualmente se usan como hoteles, museos o instituciones de gobierno.



Figura 23
HOTEL PATIO ANDALUZ
Fuente: (Hotel Patio Andaluz, 2000)

A finales del siglo XVII e inicios del siglo XIX, la estructura habitacional se centró en las villas que mantenían el estilo colonial de los muebles pero tenían un tamaño más reducido en relación a las grandes casonas antiguas, a mediados del siglo XIX, un poco antes por los años 1930 empieza la modernización de la ciudad que se ha dado hasta actualidad iniciando con las multifamiliares o condominios demandando muebles más modernistas y reducidos en cuanto a la optimización del espacio.

Otro factor importante en el comportamiento de la demanda es el vínculo familiar y su conformación, a mediados del siglo XX las personas cuando formaban su familia se compraban únicamente una sala y paulatinamente de acuerdo a sus ingresos iban reuniendo para poder adquirir el resto de muebles básicos como por ejemplo sala, comedor, dormitorio, también hay que tomar en cuenta que las facilidades de pago en esa época no tenían variedad ni eran accesibles al común de la población.

A finales del siglo XX todo ha cambiado las personas cuando forman su hogar pueden acceder a préstamos de consumo y otras facilidades de pago como las tarjetas de, las políticas de crédito de los productores para que se pueda adquirir los muebles con mayor facilidad.

Se debe mencionar también que en la actualidad los jóvenes ya no forman un hogar cuando salen de la casa de sus padres, instalan departamentos independientes conocidos en el mercado inmobiliarios como mini-suite o comparten la vivienda con sus amigos, haciendo que la demanda de muebles requiera muebles de hogar pequeños pero de mucha utilidad en cuanto a optimización del espacio.

1.3.4. Consumo de muebles de hogar

El consumo, por tanto, comprende las adquisiciones de bienes y servicios por parte de cualquier sujeto económico (Amez, 2005), lo que significa satisfacer las necesidades presentes y/o futuras de las familias y a este consumo se le considera el último paso dentro del proceso económico por lo que constituye una actividad de tipo

circular en tanto en cuanto que el ser humano produce para poder consumir y a su vez este consumo genera producción.

Los estudios económicos muestran que la renta es el principal determinante del consumo y del ahorro, los que más ganan o tienen por lo general tienden a gastar más, reduciendo así el ahorro acumulado o endeudándose.

Por lo que se puede determinar que el consumo es una función que depende de la renta o ingreso permanente y no solo de su renta anual, entendiendo como renta permanente la que el consumidor espera cobrar periódicamente.

Por ejemplo el sueldo o salario mensual, para con este ingreso periódico poder planificar sus gastos elaborando un presupuesto básico de cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por adquirir el bien deseado que en este caso puede ser un mueble de hogar (sala, comedor, dormitorio, cocina, etc.)

El consumo de muebles de hogar en sus distintas clases, formas y estilos sirven a las personas para facilitar los usos y actividades habituales tanto en casas, oficinas como en otro tipo de locales, en la actualidad estos muebles de hogar son una muestra de una posición económica y social, como también son muestra del buen gusto y confort de quienes lo poseen a través de la compra de dichos bienes. El término mueble de hogar, se alude a los objetos que facilitan las actividades humanas comunes, tales como dormir, comer, descansar, mediante mesas, sillas, camas, estanterías, muebles de cocina, etc. (Sanchez, 2012)

Este consumo en la actualidad y desde hace muchos años atrás depende de los tipos de muebles que cada productor fabrica y comercializa, como también de los materiales con que este elabora los diferentes estilos de muebles, para que el consumidor pueda adquirir dicho producto para satisfacer su gusto y/o necesidad (Sanchez, 2012)

1.4. Análisis de la oferta

“Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos”(Definición ABC, 2007 - 2011)

La finalidad de la oferta es medir las cantidades que el mercado pone a disposición de un bien o servicio, y si este satisface a la demanda del mismo mercado.

Al igual que la demanda, está en función de varios factores como: los precios, calidad, canales de distribución, variedad, productos sustitutos, entre otros.

En conclusión la oferta está de lado del vendedor y/o productor y la demanda de quienes consumen o comprar el producto.

1.4.1. Clasificación de la oferta

“La oferta puede clasificarse de acuerdo con el control que los fabricantes o productores tienen con relación al mercado, y son:

- Oferta de mercado libre, es aquella en la que existe gran número de compradores y vendedores y el producto está tipificado, de tal manera que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado; en este tipo de mercado los consumidores pueden escoger el producto que más conviene a sus necesidades.
- Oferta oligopólica, se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores, un ejemplo actual es el mercado de automóviles, incluso actualmente realizan alianzas entre sí para controlar los mercados de manera regional internacional. Ellos determinan la oferta, los

precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria, es muy difícil tratar de penetrar el mercado dominado por estos pocos productores.

- Oferta monopólica, es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad”.(Vargas, 2009)

1.4.2. Factores que afecten a la oferta

Competencia, existe competencia directa e indirecta, también se debe analizar la competencia geográfica, el estudio se enfoca en el cantón Quito pero existen localidades cercanas que son de importante significatividad competitiva, en precio calidad y tradición

Canales de distribución, estos pueden incrementar los precios y generar una oferta no poco atractiva a los consumidores

1.4.3. Comportamiento histórico de la oferta

Al igual que la demanda es importante hacer un análisis con datos anteriores que proporcionen una estimación del comportamiento futuro de la oferta, las fuentes de información también son primarias y secundarias. (Franklin, 1998)

Esto deber ser realizado en base a los precios y cantidad de producto en el mercado en base a datos estadísticos de las mismas fuentes productoras.

Para el caso de esta investigación se tomara en cuenta rango de precios en base a características similares del producto o clasificación es decir, muebles básicos de dormitorio, sala, comedor y/o cocina, debido a la diversificación de los productos en el mercado.

El comportamiento histórico de la oferta a grandes rasgos se puede mencionar que ha estado en función de la demanda en cuanto a estilos tamaños y precios,

dejando un margen o desviación en cuanto a precios para los consumidores de mayor ingreso económico.

1.5. Análisis del precio en el mercado del producto

1.5.1. Factores que influyen en el comportamiento de los precios

Hay que señalar los factores que afectan a los productores existentes al ofrecer el producto que se espera producir. Entre estos factores se destacan:

- El costo de la materia prima, producción e insumos.
- La tecnología
- El número de oferentes, competencia
- Canales de distribución
- Políticas tributarias
- Productos sustitutos de menor precio

El costo de la materia prima y producción, son todos aquellos costos de la materia extraída de la naturaleza, materia prima y proceso de producción que se utiliza para elaborar el mueble.

El costo de los insumos, son todos aquellos costos que al no poder ser ingresados a una orden de trabajo o a una unidad de producto específica, deben ser absorbidos por la totalidad de la producción, por lo general por su tamaño o utilización en el proceso de producción es difícil cuantificar el costo dentro de cada mueble, como por ejemplo los clavos o tornillos.

La tecnología, Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto. (RAE, 2012)

El número de oferentes, competencia, la cantidad de productores y comercializadores del mismo producto o productos dentro de un territorio determinado

Canales de distribución, son los medios que utilizan las industrias para comercializar los productos

Políticas tributarias, son aquellas normas de gobierno relacionadas a impuestos de cualquier tipo que rigen en el país o sector donde se ubica la industria.

Productos sustitutos de menor precio, aquellos productos que tienen la misma funcionalidad de los muebles de hogar de madera o de un uso similar pero de menor costo

2.2. Pichincha

Pichincha es una de las 24 provincias de la república del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la sierra norte. Su capital administrativa es la ciudad de Quito, la cual además, es la más poblada.

Forma parte de la región centro norte, limita con las provincias de Imbabura, Esmeraldas, Santo Domingo, Cotopaxi y Napo, Está dividida en 8 cantones.

Es el mayor centro administrativo, financiero y comercial del Ecuador, pues es sede de casi todos los organismos gubernamentales, bancos y 55 de las 100 empresas más grandes del país. La provincia adquiere su nombre del volcán activo homónimo, ubicado al centro norte de esta su capital Quito.



Figura 25
MAPA DE PICHINCHA
Fuente: (IN-QUITO.COM, 2012)

Los primeros asentamientos registrados datan de 10 mil años de antigüedad cerca del sector del Inga. Tuvo distintos períodos migratorios provenientes de la serranía como la Cayambis, Quitus, Yumbos y de la región costa como los Caras. Más adelante fue conquistada por los incas al mando de Huayna Cápac. La primera colonización de esta región a cargo de los españoles se dio el 6 de diciembre de 1534 con la fundación de la ciudad de Quito, después de la guerra independentista y la anexión de Ecuador a la Gran Colombia, se crea Pichincha el 25 de junio de 1824.

2.3. El cantón quito

Es la ciudad capital de la república del Ecuador y también de la provincia de Pichincha, es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito. Es la segunda ciudad más grande y poblada del Ecuador con 2239141 habitantes. (INEC, 2010)



Figura 26
MAPA POLÍTICO DEL ECUADOR
Fuente: (Worldexpress, s/f)



Figura 27
BASÍLICA DEL VOTO NACIONAL DEL ECUADOR
Fuente: (Turismo en fotos, 2009)

2.3.1. Origen del cantón

El territorio del Distrito Metropolitano de Quito correspondía al antiguo asentamiento de la Real Audiencia de Quito, capital del Departamento del Sur. Mediante la Ley de División Territorial de 25 de junio de 1824 fue elevado a la categoría de cantón. (Municipio de Quito, 2012)

Posteriormente, mediante la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito No. 46, publicada en el Registro Oficial 345 de 27 de octubre de 1993, se cambia la nominación al cantón Quito por Distrito Metropolitano de Quito, y se definen sus límites como aquellos que correspondían a todo el territorio del cantón Quito.

Quito fue habitada por varias tribus indígenas entre las que estaban los Quitus, que dieron el nombre a la ciudad, capital de la República del Ecuador. La denominación de San Francisco de Quito viene de la costumbre que tenían los españoles de poner nombre de un santo a las ciudades fundadas por ellos.

2.3.2. División geográfica

Es el ordenamiento territorial que sirve como instrumento y forma parte de la política de estado sobre el desarrollo sostenible. En cada país es diferente de acuerdo a las políticas establecidas a través del tiempo, influye mucho las características geográficas y climáticas de cada país.

Los diferentes pisos climáticos que existen en el cantón Quito oscilan entre los 500 y los 4.800 msnm, han dado origen a una variedad de microclimas y ecosistemas cuya biodiversidad ha marcado el estilo de vida en cada parroquia con expresiones culturales y naturales únicas.

Las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) son lugares llenos de contrastes, sabores, cultura y naturaleza. Se vive experiencias intensas e inolvidables en estos rincones. (Municipio de Quito, 2012)

Parroquias Rurales de DM Quito

Alangasí

Amaguaña

Atahualpa

Calacalí

Calderón

Chavezpamba
Checa
Conocoto
Cumbayá
El Quinche
Gualea
Guangopolo
Guayllabamba
La Merced
Llano Chico
Lloa
Nanegal
Nanegalito
Nayón
Nono (Quito)
Pacto
Perucho
Pifo
Píntag
Pomasqui
Puéllaro
Puembo
San Antonio
San José de Minas
Tababela
Tumbaco
Yaruquí

Zámbiza, (Municipio de Quito, 2012)

Las 32 parroquias urbanas también son lugares llenos de contraste, en una mezcla de arquitectura antigua y moderna, con la naturaleza de los parques en medio de la ciudad, sus habitantes y sus costumbres diversas.

Parroquias Urbanas de DM Quito

Belisario Quevedo

Carcelén

Centro Histórico

Chilibulo

Chillogallo

Chimbacalle

Cochapamba

Comité del Pueblo

Concepción

Cotocollao

El Condado

El Inca

Guamaní

Iñaquito

Itchimbía

Jipijapa

Keneddy

La Argelia

La Ecuatoriana

La Ferroviaria

La Libertad

La Mena

Magdalena

Mariscal Sucre

Ponceano

Puengasí

Quitumbe

Rumipamba

San Bartolo

San Juan

Solanda

Turubamba. (Municipio de Quito, 2012)

2.3.3. Vida económica

Quito es la capital del Ecuador, el Palacio de Carondelet es la sede presidencial, ubicada en el centro de la ciudad, esto le da un gran movimiento mercantil, siendo una de las tres ciudades más económicamente activas del país.

En la ciudad de Quito se encuentran la mayoría de entidades públicas, generando gran movimiento económico, además de ser una de las ciudades más pobladas.

Es la primera ciudad que más aporta a la recaudación de impuestos a nivel nacional, con el 54,16 %, 5,177,878,846, para el año 2011, siendo en la actualidad la región económica más importante del país, según el último "estudio" realizado por el Banco Central del Ecuador, en el año 2006, el aporte fue del 18,6% al PIB, generando 4106 millones de dólares, sin embargo su valor de adjudicación permite que este PIB sea aún mayor llegando a adquirir en términos reales el 27% del PIB país gracias a las aportaciones de la producción petrolera y predial. Actualizado: al 2009 el PIB de Quito fue de 10,650 millones de dólares aproximadamente por concepto de producción (19% de aportación), 4,112 millones de dólares por concepto de adjudicación (8% de adjudicación) y 14,762 millones de dólares por concepto total de PIB (27% procedente del 8% adjudicado, 19% producido). (Banco Central del Ecuador, 2006)

El socio-ecosistema urbano de Quito no es de ninguna manera uniforme; diversas regiones en esta zona presentan diferentes oportunidades y limitaciones económicas para sus habitantes. (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura, FAO, 2012)

En general, en el lado occidental de Quito las barreras topográficas han dificultado el uso productivo de la tierra tanto para los sectores económicos tradicionales como para los modernos. En las partes más bajas de esta área, las laderas empinadas, los suelos inestables y el acceso difícil han limitado tanto la construcción urbana como los cultivos agrícolas. Más arriba, las áreas de páramo por

encima de los 3800 m han sido poco habitadas, sobre todo debido a sus climas poco hospitalarios y a la menor capacidad de cultivar la tierra. Los valles que se extienden al norte, a las afueras de Quito, a pesar de su clima semidesértico, han permitido un mayor asentamiento humano e incluso considerable actividad agrícola, especialmente en las tierras bajas irrigadas. Las tierras de los valles fértiles y más cálidos al Este y al Norte de la ciudad han absorbido la mayor parte de la expansión poblacional, sobre todo debido a su mayor capacidad para brindar medios de vida a los pobladores. (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura, FAO, 2012)

El examen de los tipos de empleo de la población urbana y rural de la región expone una situación semejante. En general, la economía de Quito está dominada por el sector terciario, con un 37% de la población total del Distrito Metropolitano empleada en servicios, seguida por un 18.4% en la actividad comercial. El 17% de la población total trabaja en manufactura e industria. Sin embargo, ciertas áreas dentro de la región metropolitana tienden hacia la concentración de actividades económicas específicas. (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura, FAO, 2012)

2.3.4. Costumbres

Quito es una ciudad milenaria, que te hará vivir experiencias únicas, es una ciudad de gente cálida y amable ubicada en la Mitad del Mundo. Las opciones son tan diversas como su geografía que tiene, desde páramos andinos hasta bosques subtropicales, que conjugan lo mejor de la naturaleza con el deporte y la aventura.

Además la cultura y el arte colonial son, por excelencia, los tesoros de esta gran ciudad que viven en todo su esplendor en el Centro Histórico más grande y mejor conservado de América, motivo por el que la UNESCO declaró a Quito como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978.

Una de las costumbres más representativas de la ciudad son sus fiestas y eventos programadas por su municipio; en agosto el mes de las artes con una agenda

variada de eventos cada año en especial para visitar sus museos e iglesias, en diciembre sus fiestas de fundación que inician con un pregón nocturno donde participan especialmente las instituciones educativas de nivel medio y el singular fin de año donde su principal atracción es el concurso de años viejos en la mariscal.

La comida típica exhibe los diferentes períodos del año, como en la mayoría de ciudades ecuatorianas, empezando con la fanesca en semana santa, la colada morada y guaguas de pan en el día de los difuntos, las ferias de comida típica en las fiestas de quito, sin dejar de mencionar la permanente oferta de platos típicos como las fritada, hornado, caldo de patas, llapingachos, papas con cuero entre otras, en las diferentes parroquias del distrito.

2.3.5. Tipo de vivienda

La vivienda es una necesidad básica para la sociedad, y constituye un derecho fundamental para los ecuatorianos según su constitución, esto ha generado que sea un sector de preocupación para el gobierno, actualmente existen varios organismos que regulan y fomentan la mejora de vivienda en el territorio ecuatoriano.

La expansión urbana del DMQ ha seguido una lógica basada en variados fenómenos sociales, económicos y políticos, cuyos resultados han tenido un efecto en las formas de organización territorial. A estas estructuras de organización territorial se las puede clasificar en cuatro tipos (CEPEIGE, 2012)

1. Radial-concéntrica, que corresponde a las épocas coloniales;
2. Longitudinal, que se dio en los primeros años de la República;
3. Longitudinal- polinuclear, en el período del auge de la industria de la construcción, dado en los años posteriores a la década del veinte; y finalmente,
4. Irregular dispersa, en la década de los setentas, cuando la ciudad empezó el desarrollo basado en la explotación petrolera.

Producto de este proceso de constante transformación urbana y al rápido crecimiento urbano, se produjo un proceso de expansión de los centros, lo que provocó la formación de otros nodos centrales que pugnan el dinamismo del centro tradicional.(CEPEIGE, 2012)

El centro tradicional posee casas antiguas con grandes salones, mientras que las nuevas edificaciones modernas, son más pequeñas por causa de crecimiento poblacional, pero esto no ha determinado el tamaño general de las viviendas, en los valles se observa una variedad en tamaño y diseño. (Gamboa, 2012)

A partir del año 2000 con la dolarización de la economía, el aumento en la oferta inmobiliaria disponible, la tendencia a la baja en los niveles de inflación, la disminución en las tasas de interés y la mayor disponibilidad de créditos para el comprador de vivienda, entre otros, crecieron las necesidades de vivienda lo que se reflejó en una mejora significativa en la demanda de los clientes de la industria. Los cambios positivos en las condiciones del mercado llevaron a que el comprador alcanzara una mayor capacidad de compra; recuperando los niveles perdidos inicialmente con el cambio a la dolarización; por lo que el mercado se habilitó para absorber viviendas de un mayor valor, lo que llevó a desplazamientos positivos de la demanda hacia viviendas de mayores precios.(Gamboa, 2012)

La penetración del negocio inmobiliario en zonas de la ciudad y el desarrollo habitacional hacia los diferentes valles, representó para los potenciales compradores la posibilidad de acceder a una mejor calidad de vida y poder realizar una mejor “selección” para su futura vivienda, entre un abanico más amplio, variado y con alternativas de tamaños y precios, posibilitándole mejoras en los rendimientos de su inversión, al conseguir favorables condiciones en su compra, en virtud del mayor poder de negociación que ha alcanzado el comprador frente al vendedor.(Gamboa, 2012)

2.4. La industria del mueble en Ecuador

En el medio ecuatoriano no existe un estudio enfocado directamente a la industria del mueble que permita establecer la demanda existente, su comportamiento histórico y perspectivas de crecimiento. Los datos disponibles al público se resumen en los estadísticos publicados por el Banco Central, INEC, Cámaras, pero todo por separado, cada organismo posee datos estadísticos diferentes en función de una cuantificación de las cualidades en características variadas en función del sector maderero más que el de muebles.

Uno de los ejemplos más notales sobre el párrafo anterior es el registro de productores y comercializadores según el código CIU para sociedades, diferencia que se puede visualizar en la tabla 1,

Tabla 1

COMPARATIVO DE LA POBLACIÓN DE PRODUCTORES			
CIU	Detalle	SRI	S. CIAS
D3610.00	Fabricación de muebles de madera	74	132
D3610.01	Fabricación de muebles de metal	26	82
D3610.02	Fabricación de muebles de materiales plásticos	0	0
Total		100	214
Fuente: SRI, Superintendencia de Compañías			

En el Ecuador la concentración de producción de muebles de hogar se da en las ciudades de Cuenca, Ambato, Quito, Ibarra y Guayaquil; el material predominante es la madera. En la última década la tendencia ha sido la exportación, con ayuda de instituciones de gobierno y cámaras seccionales, la tendencia general de la producción es estándar en el país, la producción artesanal es la más reconocida.

Cuando se habla de la oferta cuencana de muebles, este es un sector diferente, no por el producto ofertado, sino por la organización que los mueblistas han tenido para mejorar la comercialización, durante las visitas a los productores se ha podido observar las notables características que hacen sobresalir el mueble de Cuenca, en cuanto a acabados, comercialización y principalmente reconocimiento de los artesanos.

2.4.1. Tipos de mercado

En Quito el mercado de muebles se caracteriza por tres sectores bien definidos, se tiene todo lo que son muebles de plaza o de un rango económico, con acabados de calidad normal, y fabricados por artesanos en un tipo de mueble lineal, los sectores más conocidos para encontrar estos muebles son el mercado de San Roque, Calderón, la calle de la Bahía en el sur de Quito y el sector de la América entre la Colón y la Mariana de Jesús; la oferta media se encuentra en los locales comerciales distribuidos en diferentes puntos de la ciudad, con una mezcla de muebles lineales y tallados, con estilos elegantes y variedad a un precio accesible para la clase económica media, los muebles de marca se caracterizan por la calidad de madera, y la mano de obra del ebanistero, también existen modelos lineales y su característica principal son los detalles, acabados y la firma del artista o la empresa, similar a la firma de un pintor.

2.4.2. Sectores del mercado

Artesanal

El mercado artesanal en el sector maderero es importante en el Ecuador, debido a la organización artesanal cuencana, ellos han ganado fama de excelentes ebanisteros a nivel nacional e internacional, no solo con muebles, principalmente con los que son guitarras.

En la provincia de Pichincha, cantón Quito, el 95% de la producción de muebles de madera registrados en el SRI al 2011, es de personas naturales y fabricación artesanal.

Industrial

El sector industrial no tiene gran cabida en la producción de muebles de madera que se comercializan en el cantón, ya que incluso las empresas que venden

muebles, han registrado su fábrica principal en otras ciudades, la mayor concentración de producción de muebles de manera industrial están el Cuenca.

Competencia

La competencia es notoria en el cantón Quito, los muebles provienen del norte, de la ciudad de San Antonio de Ibarra, del sur del país de Cuenca y parte de Ambato.

A nivel interno existe competencia en cada tipo de mercado, en las grandes concentraciones de locales de muebles en San Roque en un espacio reducido se puede encontrar 150 locales que venden el mismo tipo de muebles, los locales de muebles distribuidos por la ciudad que son productores compiten fuertemente con los centros comerciales que comercializan muebles de marca generalmente traídos de otras ciudades.

2.4.3. Productores

El sector productivo de mueble posee varios gremios que los agrupan según características generales, dentro de estos están:

2.4.3.1. Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha

Esta es una asociación gremial que existe desde 1971, gremio que reúne a los pequeños y medianos empresarios de toda la provincia, estableciéndose en una de las más importantes entidades del sector productivo, no solo por el número de afiliados, sino por los empleos que generan sus empresas asociadas.

La CAPEIPI, es una organización gremial sin fines de lucro, con programas de responsabilidad social, que tiene como objetivos básicos: representar a los empresarios de la pequeña industria de Pichincha; defender los intereses y derechos de sus afiliados dentro del marco constitucional y legal; crear servicios para sus

afiliados, gestionar proyectos que contribuyan al crecimiento y desarrollo integral del sector. (CAPEIPI, 2012)

2.4.3.2. Asociación de Industriales de la Madera

AIMA es una entidad gremial, nacional, privada, sin fines de lucro, creada en 1976 al amparo de leyes ecuatorianas, con el objeto de promover el desarrollo forestal sustentable, incentivar la reforestación, e impulsar el crecimiento y competitividad de la industria maderera.(AIMA, 2012)

2.4.3.3.FUNDEPIM, Fundación Forestal de la Pequeña Industria Maderera de Pichincha

El Sector Maderero de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI) se encarga de brindar apoyo a sus socios a través de su Fundación, FUNDEPIM, la cual tiene como propósito fundamental el ofrecer un conjunto de servicios que contribuyan al desarrollo integral de sus afiliados, por lo que se han generado proyectos que han incrementado la productividad de las empresas participantes, lo cual se ha traducido en el aumento de puestos de trabajo y en el ingreso a mercados internacionales.(FUNDEPIM, 2012)

2.4.3.4.Cámaras Artesanales

Las cámaras artesanales son asociaciones gremiales que su objetivo fundamental es obtener beneficios grupales a los que los artesanos no pueden acceder de forma individual, en algunas ciudades han hecho una gran obra.

Para el caso de la provincia de Pichincha, están las Cámara Artesanal de Pichincha y Quito

La Cámara Artesanal de Pichincha fue creada en 1966, es una organización sin fines de lucro, tiene como fundamento los principios del desarrollo humano,

social, económico, productivo, cultural y de bienestar general sostenible de las/os artesanas /os afiliados.

La Cámara Artesanal de Quito, funciona desde Diciembre de 1987 otorgada por en ese entonces el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca MICIP, es una organización gremial artesanal, clasista, autónoma, con personería jurídica de derecho privado y servicio público, con finalidad social, sin fines de lucro.

2.4.3.5. Asociaciones sectoriales de pequeños productores

Se ha destacado esta agrupación en consecuencia a la cantidad de artesanos afiliados que comercializan en lugares determinados del país, en Quito especialmente en el sector de San Roque, existen dos asociaciones que maneja un aproximado de 70 y 40 afiliados activos para la venta de muebles de hogar en esta plaza.

2.4.3.6. Principales productores de muebles son:

Adriana hoyos

Adriana Hoyos es una diseñadora natural que enriquece la vida cotidiana con su pasión por el plan eterno y sofisticación. Ella es un perfeccionista siempre entregando una experiencia memorable que acompaña sus creaciones. (Hoyos, 2012)

Adriana es un pionero de su único estilo en plan interior y las colecciones del mobiliario que llevan su marca de fábrica ADRIANA HOYOS. (Hoyos, 2012)

Junto con un equipo de diseñadores y arquitectos, Adriana Hoyos tiene una creación versátil en lo referente a mobiliario para hogares, con su estilo comercial y de hospitalidad que proyecta durante más de 25 años en los Estados Unidos, México, Bahamas, Panamá, y Ecuador. (Hoyos, 2012)

Como un diseñador del mobiliario ella ha creado colecciones inspiradas por su América Latina nativa, tonos terrosos y materiales exóticos, junto con un sabor internacional para la elegancia y simplicidad de líneas limpias.

El trabajo de Hoyos ha cogido la atención de la prensa internacional y ha sido destacado en medios de comunicación como Compendio Arquitectónico, Plan de Florida, Plan Interior, Paseo del Océano, Hola Decoración, CNN Español y numerosas revistas en el EE.UU., América Latina y Europa. (Hoyos, 2012)



Figura 28
SHOWROOMS
Fuente: (Hoyos, 2012)

Tempo design – Muebles el Bosque

En 1976, un grupo de nuevos empresarios y prestigiosos profesionales fundan Muebles El Bosque S.A., estableciendo la compañía con la finalidad de abastecer de componentes a otras empresas productoras de televisores, equipos de sonido y máquinas de coser, siendo una de las primeras industrias de este tipo en el Ecuador y el Pacto Andino.

A partir del 2000, pasa de productor a comercializador e importador de las principales casas mundiales. Es así que en el 2001 nace la marca Tempo Design como una alternativa diferente, que ofrece al público una línea minimalista con diseños de vanguardia de muebles en auge en los mercados de Europa



Figura 29
CAMA STROMBOLI
Fuente: (Tempo Design, s/f)

Gran Outlet Muebles El Bosque es el primer supermercado de muebles del Ecuador, que estableció en el país una nueva manera de exhibir, elegir y adquirir soluciones para el hogar. Actualmente, cuenta con 7 almacenes: cuatro en la ciudad de Guayaquil, dos en la ciudad de Quito y uno en la ciudad de Machala, donde puede encontrar la más completa variedad de muebles para dar vida a cada rincón de su hogar, con la mejor calidad en diseño, estilo y materiales.



Figura 30
MESA DE CENTRO, MUEBLES EL BOSQUE
Fuente:(Muebles el Bosque, 2012)

Vitefama

Hace 22 años Castro creó Vitefama Muebles. Es una empresa que se dedica a la fabricación de muebles de hogar. Durante diez años se dedicó exclusivamente a crear, a fabricar, y vender al por mayor. No tenía almacén propio, es decir, no salía al mercado de modo directo, comerciaba a otros almacenes.(Vitefama, 2012)

Luego abrieron un almacén, al año siguiente otro y luego, uno más en Quito. A nivel de distribución venden en casi todo el país. Sin embargo, todavía no han podido exportar sus obras a otros países, ya han mandado muestras, han participado en ferias internacionales, pero el proyecto de sacar su producto aún no se concreta.(Vitefama, 2012)



Figura 31
COMEDOR MONTE REAL
Fuente: (Vitefama, 2012)

Muebles Colineal

Desde sus inicios en el año 1977, Roberto Maldonado se ha comprometió en la creación de muebles de impecable calidad, su mayor compromiso es ofrecer exclusivos diseños con los más altos estándares de calidad, y precios accesibles en el mercado local, ya que tiene control absoluto del proceso completo, desde la selección de la materia prima hasta la entrega a su hogar. (Muebles Colineal, s/f)



Figura 32
ESTUDIO DANES
Fuente: (Muebles Colineal, s/f)

Fadel

Durante más de 40 años esta empresa se ha dedicado a la fabricación de muebles de madera, de la más alta calidad, gracias a la cooperación de artesanos, profesionales y diseñadores producen mobiliario de estilo clásico y contemporáneo adaptado a las necesidades de hoy en día.

Por su diseño, calidad y acabados los muebles tienen aceptación en mercados muy exigentes del exterior, tales como: Francia, Estados Unidos, Cuba, Panamá entre otros desde hace 20 años. (Fadel, 2012)



Figura 33
SALA VIVALDI
Fuente: (Fadel, 2012)

CAPÍTULO III

PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de esta investigación es obtener conocimiento de las estadísticas de producción y consumo de muebles de hogar; como estos generan ingresos económicos para sus dueños; cual es el valor que las familias quiteñas asignan a este grupo de productos y cada cuanto tiempo; su influencia en la economía ecuatoriana y estimar el impacto económico en las familias del cantón Quito a través del análisis de resultados.

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará el método no experimental – transeccional – exploratorio, manejando las técnicas de investigación primarias como son la encuesta y la entrevistas, entre otros, a una muestra de la población, la misma que será obtenida por fuentes de información secundaria, en base a los datos proporcionados por el SRI y el INEC con el fin de obtener resultados cuantitativos de la producción y consumo de muebles en el cantón de Quito.

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se va a utilizar en el presente estudio es NO EXPERIMENTAL – TRANSECCIONAL – EXPLORATORIO – DESCRIPTIVA, ya que corresponde a un estudio de observación de variables, sin manipulación de las mismas, en un tiempo determinado de un tema poco estudiado para al final del trabajo llegar a conclusiones que sean productivas para el sector dirigido.

La investigación está diseñada cuantitativamente en base a los datos recolectados de una muestra de la población según sus cualidades principales y estos analizados en valores de cantidad que fundamentan las conclusiones.

Esto implica que los métodos de recolección de información reflejen datos para que al momento de análisis se pueda revelar resultados puntuales como por ejemplo detallar las preferencias de producción y consumo de muebles de hogar en la provincia de Pichincha, cantón Quito.

3.1.1. No experimental

Es un estudio que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Hernandez, 2006)

Cualitativa

Es aquella que implica un trabajo de campo en donde el objetivo es la descripción de las cualidades de un grupo o segmento, este instrumento no exige un proceso riguroso, ni los resultados obtenidos pueden ser aplicados a toda la población, estos pueden ser obtenidos de las entrevistas y focus group.

Cuantitativa

Es aquella que utiliza un instrumento de tipo cuantitativo cuya aplicación implica la determinación de una muestra mediante métodos estadísticos y los resultados son aplicables a toda la población, y en esta se obtendrán de las encuestas.

3.1.2. Transeccional

Es la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.(Hernandez, 2006)

3.1.3. Exploratorio

Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas y no se abordado antes.(Hernandez, 2006)

3.1.4. Descriptiva

Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población. (Hernandez, 2006)

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, su característica fundamental es la de interpretación correcta. (Tamayo, 1999)

3.2. Tipo de la investigación

El tipo de esta investigación se utilizara los métodos histórico, bibliográfico, y sintético, en función de la recolección de información en documentos y hechos ocurridos en el pasado, y que se realizará una síntesis o conclusión sobre el impacto de la producción y consumo por un período de 5 años.

3.2.1. Histórico

Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia. (López, 1984)

3.2.2. Bibliográfico

El énfasis de la investigación está en el análisis teórico y conceptual hasta el paso final de la elaboración de un informe o propuesta sobre el material registrado,

ya se trate de obras, hemerográfico (periódicos), historias de vida, revistas, folletos. (López, 1984)

3.2.3. Inductivo

Es aquella que establece enunciados universales a partir de una experiencia, por medio de la observación de actividades para llegar a una teoría, es decir se llegan a conclusiones generales partiendo de una hecho específica, está fundamentado particularmente en la observación (Bernal, 2006).

3.2.4. Sintético

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis. (López, 1984)

3.3. Método de la investigación

Esta investigación es de tipo documental y de campo, en función de que los datos información y estudio se realizará con los actores directos de la producción y consumo de muebles de hogar en la provincia de Pichincha, cantón Quito y se usara información de documentos registrados por los organismos relacionados.

3.3.1. Investigación documental

Consiste en un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrado por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (López, 1984).

Se caracteriza por la utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes, realiza una recopilación adecuada de datos que permiten redescubrir hechos, sugerir problemas, orientar hacia otras fuentes de investigación, orientar formas para elaborar instrumentos de investigación, elaborar hipótesis, etc.

Es una investigación que se realiza en forma ordenada y con objetivos precisos, con la finalidad de ser base a la construcción de conocimientos, se basa en la utilización de diferentes técnicas de localización y fijación de datos, análisis de documentos y de contenidos.

3.3.2. Investigación de campo

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.(López, 1984)

3.4. Fuentes de información

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento.

Conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información adecuadas para el trabajo que se está realizando es parte del proceso de investigación.

3.4.1. Información secundaria

Este tipo de fuente de información se obtiene de datos recolectados por otros investigadores.

Se utilizara este tipo de información en razón que es una investigación de que implica datos de años posteriores y existen gremios asociados a la producción de

muebles de hogar y que han registrado datos de producción y consumo en los años anteriores.

3.4.2. Información primaria

Este tipo de información se encuentra en la fuente de realización de los hechos es decir con los productores o consumidores, son aquellos datos que se obtienen directamente de los actores del tema investigado.

Para efectos esta investigación se obtendrá información de fuentes primarias mediante encuestas, entrevistas y observación.

Este tipo de fuentes ofrecen un punto de vista desde adentro del evento en particular en un periodo de tiempo determinado, como es este caso de investigación, donde se obtendrá la producción y consumo de muebles de hogar en las familias del cantón de Quito en el periodo comprendido entre el 2007 al 2012.

Es importante mencionar que al realizar una investigación, se debe tener muy en cuenta el valor y confiabilidad de las fuentes de información.

3.5. Técnicas para la obtención de la investigación

Las técnicas de investigación son los diferentes pasos o procedimientos que se utilizarán en la presente investigación para poder acceder al conocimiento del tema planteado y poder obtener los resultados requeridos que servirán para aplicar a la población, como por ejemplo:

3.5.1. La encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Existen varios tipos de cuestionario, los estructurados, semiestructurados, no estructurados, los que contiene preguntas cerradas o de opción múltiple, personales o impersonales.

Para esta investigación se realizara un cuestionario impersonal porque no llevará el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Para el caso de productores es necesario que el cuestionario sea abierto en varias preguntas que presentaran resultados para el proceso descriptivo de la investigación

3.5.2. La entrevista

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este.

Esta herramienta de recolección de datos será utilizada con las asociaciones gremiales de los productores, esta será mixta ya que constara de un cuestionario oral que permitirá ampliarla a una charla informal obteniendo datos concretos y subjetivos

3.5.2.1. Entrevista estructurada

Llamada también formal o estandarizada, este tipo de entrevista se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden para todos los investigados, quienes deben escoger la respuesta entre dos, tres o más alternativas que se les ofrecen.

Para orientar mejor este tipo de entrevista se elabora un cuestionario, que contiene todas las preguntas, donde el investigador tiene limitada libertad para formular preguntas independientes generadas por la interacción personal.

Entre las ventajas de la entrevista estructurada se puede destacar, la información es más fácil de procesar, simplificando el análisis comparativo; el entrevistador no necesita estar entrenado arduamente en la técnica, hay uniformidad en la información obtenida.

3.5.2.2. Entrevista no estructurada

Este tipo de entrevista es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación se rigen a las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran por entero en manos del entrevistador. En este tipo de entrevista el investigador elabora las preguntas antes de realizar la entrevista, pudiendo modificar el orden, la forma de encauzar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones y características particulares de los sujetos de estudio.

Entre las ventajas de la entrevista no estructurada se puede destacar:

- Es adaptable y susceptible de aplicarse a toda clase de sujetos en situaciones diversas.
- Permite profundizar en temas de interés.
- Orienta posibles hipótesis y variables cuando se exploran áreas nuevas.
- Suministra características desconocidas por el investigador para el establecimiento de cuestionarios de precisión para la obtención de datos estadísticos históricos

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

La población se refiere al universo total del objeto de estudio, es decir el total de productores y consumidores de muebles de hogar para la provincia de Pichincha, cantón Quito.

Existen 2 tipos de población, la población finita o conocida, y la población infinita que es aquella tan grande que puede valorarse como infinita

En ciertas investigaciones es de fácil acceso y obtención de la información en cuanto a la población total, gracias a organismos de registro estadístico, que por lo general son entidades estatales y/o gremiales para el caso de productores.

Para el caso de consumidores se podría establecer el total de la población de un territorio o región dependiendo el tipo de producto y su distribución.

También se debe considerar que la delimitación de la población debe ser lo más precisa posible para no cometer errores en la determinación de la muestra.

3.6.1.1. Tamaño de la población

Para la población de productores - fabricantes, se obtendrá la información de la base de datos de la entidad pública que regula los impuestos en el Ecuador, Servicio de Rentas Internas.

La información proporcionada se rige a los siguientes parámetros:

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito

Tabla 2

POBLACIÓN DE PRODUCTORES		
CIU	Detalle	Cantidad
D3610.00	Fabricación de muebles de madera	1.520
D3610.01	Fabricación de muebles de metal	180
D3610.02	Fabricación de muebles de materiales plásticos	4
Total		1.704

Fuente: Servicio de Rentas Internas, 2012.

Para los clientes y/o consumidores estará establecida por datos de la región investigada, información proporcionada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, tomados del último censo de población 2010.

La información proporcionada se rige a los siguientes parámetros:

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito

Tabla 3

POBLACIÓN DE CONSUMIDORES	
Detalle	Cantidad
Casa/Villa	409.661
Departamento en casa o edificio	248.867
Total	656.528

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEC.

3.6.2. Muestra

La muestra es la porción de la población de la cual se obtendrá la información y datos para ser estudiada; esta puede ser probabilística y no probabilística

3.6.2.1. Muestra probabilística

Subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos. (Hernandez, 2006)

3.6.2.2. Muestra no probabilística

Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de la característica de la investigación. (Hernandez, 2006)

Una muestra de n miembros de una población se dice que es una muestra aleatoria, en ocasiones llamada muestra aleatoria simple, si los miembros son

elegidos de tal forma que todas las posibles elecciones de los n miembros son igualmente probables (Sheldon, s/f)

Se utilizará la siguiente fórmula

$$n = \frac{N * z^2 * \sigma^2}{e^2 * (N - 1) + (z^2 * \sigma^2)}$$

Donde,

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población.

z = Nivel de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Tamaño de la muestra

Productores

Tabla 4

Descripción Provincia: PICHINCHA

Descripción Cantón: QUITO

Estado del Contribuyente: ACTIVO

Número de Contribuyentes

Código CIU	2012		
	Personas Naturales	Sociedades	TOTAL
D361000	1.446	74	1.520
D361001	154	26	180
D361002	4		4
TOTAL	1.604	100	1.704

Fuente: BBD SRI

Elaborado por: Departamento Planificación Regional Norte

fecha de elaboración: 24jul12

Productores muebles de madera

Personas naturales

$$n = \frac{N * z^2 * \sigma^2}{e^2 * (N - 1) + (z^2 * \sigma^2)}$$

Donde,

n = tamaño de la muestra = 173

z = nivel de confianza = 95% o 1.96

σ = desviación estándar = 0.5

e = error de estimación = 7% (0.07)

N = población = 1446

$$n = \frac{1446 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.07^2 * 1446 - 1 + (1.96^2 * 0.5^2)} = 173$$

Sociedades 30

Es una muestra representativa cuando supera el 5% de la población para este caso 30 es el 41% de la población obtenida de 74.

Total de la muestra productores 203

Consumidores

$$n = \frac{N * z^2 * \sigma^2}{e^2 * N - 1 + (z^2 * \sigma^2)}$$

Donde,

n = tamaño de la muestra = 384

z = nivel de confianza =95% o 1.96

σ = desviación estándar = 0.5

e = error de estimación == 5% (0.05)

N = población = 656528

$$n = \frac{656528 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2 * 656528 - 1 + (1.96^2 * 0.5^2)} = 384$$

Total de la muestra consumidores 384

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Los resultados son el efecto y consecuencia de un hecho según la Real Academia de la Lengua española, en el caso de esta tesis los resultados son la información investigada, requerida y necesaria para emitir un informe.

Luego de terminada la investigación es necesario presentar los resultados a los usuarios, bajo estos parámetros se debe tomar en cuenta ciertos criterios para la presentación, los más relativos según Sampieri son:

- Razones por las cuales se originó la investigación
- Usuarios del estudio
- Contexto del informe

Tomando en cuenta estas características se elaboró un informe que encierre los hallazgos y resultados más relevantes de la investigación.

4.1.Tabulación

Es expresar valores, magnitudes u otros datos por medio de tablas, la tabulación es el resumen de la información con datos cuantitativos, también se podría definir como la codificación de la información obtenida de las encuestas.

La tabulación es el procedimiento mediante el cual el conjunto de datos obtenidos se ordenan según las categorías de determinada característica, esta puede llevarse a cabo en forma manual, mecánica o electrónica, el plan de tabulación de coincidir con los objetivos de la investigación. (Moya, 2002)

El propósito de la tabulación es proporcionar datos de la muestra total, seleccionar cualquier otro tipo de análisis que se necesite para interpretar los resultados. (Pope, 2002)

4.2.Gráficos

En estadística se denominan gráficos a aquellas imágenes que, combinando la utilización de sombreado, colores, puntos, líneas, símbolos, números, texto y un sistema de referencia, permiten presentar información cuantitativa.

La utilidad de los gráficos es doble, ya que pueden servir no sólo como sustituto a las tablas, sino que también constituyen por sí mismos una poderosa herramienta para el análisis, siendo en ocasiones el medio más efectivo no sólo para describir y resumir la información, sino también para analizarla. (Quesada, s/f)

Gráficos estadísticos son representaciones visuales que emplean barras, polígonos y sectores de los datos contenidos en tablas de frecuencias. (Quesada, s/f)

Existen varios tipos de gráficos, los más comunes son:

- Gráfica de líneas
- Gráficas de barras
- Gráficas de pay o pasteles.

El objetivo principal de un gráfico estadístico es llamar la atención, facilitar la comprensión de los resultados y la obtención de conclusiones. (Moya, 2002)

4.3.Análisis

Es la descomposición y/o, reconocimiento de las partes que conforman un todo, el discernimiento de todas y cada una de las características relevantes a un fenómeno, actividad o situación para definir las o encerrarlas dentro de grupos de particulares similares, a fin de emitir un informe.

El análisis dentro de cada área de especialización tiene procedimientos diferentes para el caso de estadísticas se revisa la información obtenida mediante fórmulas, gráficos o tablas que reflejen similitudes, proximidades, relaciones o diferencias marcadas entre los datos o información.

4.4.Resultados

4.4.1. Productores

En el capítulo tres se planificó realizar una encuesta a los productores, teniendo una población total de 1,704, empresas productoras de muebles entre madera, metal y plástico dentro del Distrito Metropolitano de Quito, según el Servicio de Rentas Internas a Septiembre de 2012, resultando una muestra de 203 productores a septiembre de 2012.

Ya que el período de estudio comprende desde el 2006 al 2011, la información recabada en las encuestas fue aplica al mismo período.

Dentro delos parámetros de la muestra resulto 173 personas naturales y 30 sociedades, durante el desarrollo de la encuesta se encontró que los negocios dedicados a la producción y venta de muebles tenían características bien definidas y se realizó la segmentación de tipo de producción y comercialización.

Existen varios comercializadores que no producen muebles de hogar dentro de la ciudad de Quito afectando a los productores propios de esta ciudad, ya que la competencia en la comercialización de este tipo de bienes cada vez es mayor lo que ocasiona que el margen de utilidad que pueden obtener los productores de muebles propios de la ciudad de Quito sea mínimo.

Tabla 5

TIPO DE EMPRESA Y LUGAR DE PRODUCCIÓN

Tipo de empresa	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Productores	40	19%
Comercializadores	36	17%
Comercializadores, productores de otra ciudad	27	13%
Productores y Comercializadores	108	51%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

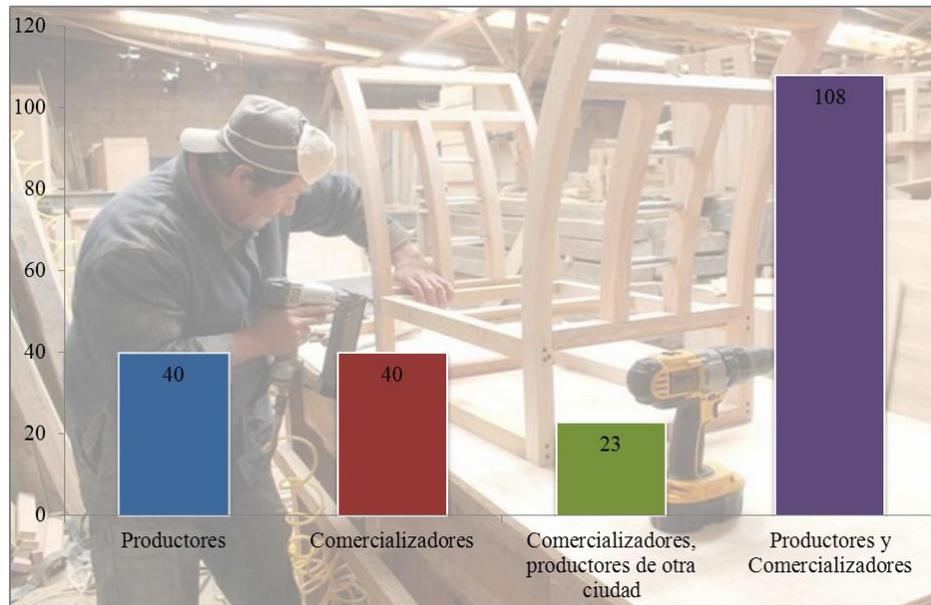


Figura 34
 TIPO DE EMPRESA Y LUGAR DE PRODUCCIÓN
 Fuente: (Los autores)

De las 211 encuestas realizadas se encontró que 40 son únicamente productores, estos están ubicados en varios sitios de la ciudad y en su mayoría los comercializadores son sus familiares, 40 son comercializadores únicamente, 23 son comercializadores de producción de otras ciudades como Cuenca, San Antonio de Ibarra, ente otras y 108 son productores y comercializadores.

1. ¿En su apreciación, el tamaño de su empresa o negocio es?

Objetivo

Determinar desde el punto de vista del propietario del negocio como considera su empresa en relación al tamaño de la misma, según los criterios de pequeña, mediana, grande o PYMES.

Resultados

Tabla 6
APRECIACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje
Grande	17	8%
Mediana	86	41%
Pequeña	108	51%
PYMES	0	0%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

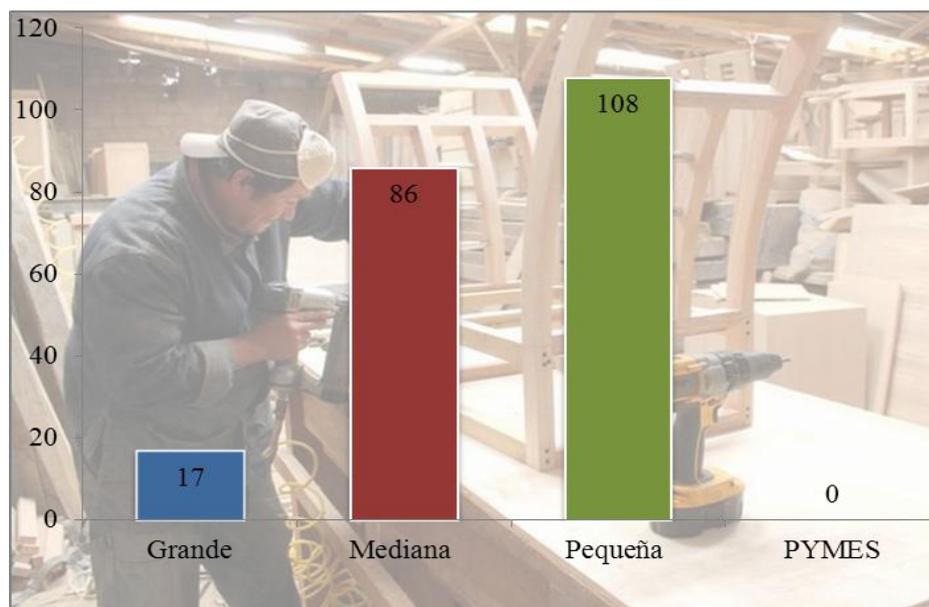


Figura 35
APRECIACIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Desde el punto de vista del entrevistado su apreciación de la empresa en su mayoría es pequeña empresa, siendo el 51% de los negocios pequeños, 41% medianos y solo el 8% grandes, en su mayoría los productores de muebles son artesanos, las grandes empresas por lo general fabrican en otras.

2. ¿Qué tipo de sociedad es su empresa o negocio?

Objetivo

Establecer el tipo de sociedad que es la empresa o negocio encuestado que produce muebles de hogar, estableciendo parámetros de Sociedad Anónima, Responsabilidad Limitada, Economía Mixta y Persona Natural.

Resultados

Tabla 7
TIPO DE SOCIEDAD

Tipo de sociedad	Frecuencia	Porcentaje
Sociedad Anónima	12	6%
Responsabilidad Limitada	28	13%
Persona Natural	171	81%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

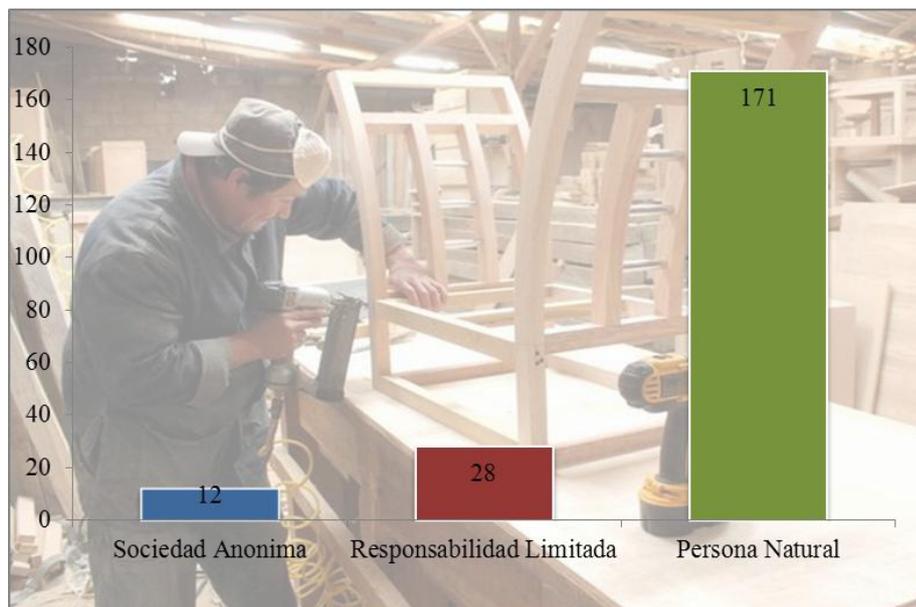


Figura 36
TIPO DE SOCIEDAD

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se estableció que de los 211 negocios encuestados el 81% son personas naturales, 13% empresas de responsabilidad limitada y solo el 6% son sociedades anónimas.

Esto se puede dar por la orientación y colaboración de los encuestados, las grandes empresas por políticas de confidencialidad no facilitan la información. El sector de mercado más colaborador fueron los artesanos y sus comercializadores, que por lo general eran sus familiares más cercanos.

3. ¿Su empresa o negocio está afiliada a alguna de las siguientes cámaras?:

Objetivo

Definir si las empresas o negocios que producen muebles de hogar se encuentran afiliadas a las distintas Cámaras o asociaciones que posee nuestro Cantón para este tipo de productores.

Resultados

Tabla 8
AFILIACIÓN GREMIAL

Entidad	Frecuencia	Porcentaje
Cámara de Comercio	46	22%
Cámara de la Pequeña Industria	11	5%
Cámara Artesanal	57	27%
Otra (por favor especifique)	38	18%
Ninguna	59	28%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

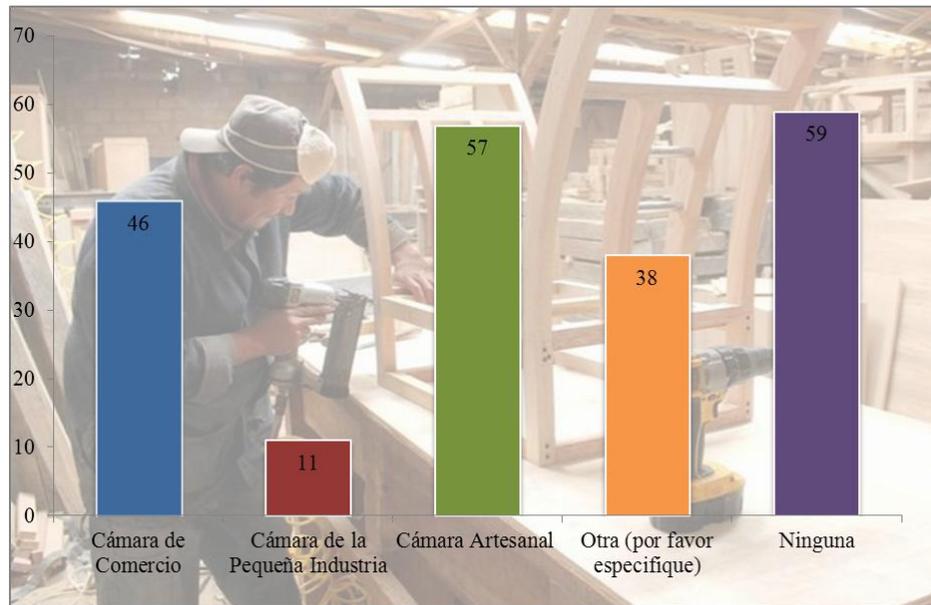


Figura 37
 AFILIACIÓN GREMIAL
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

En la provincia de Pichincha, existen varias asociaciones gremiales, por mandato de ley para las compañías y por afiliación voluntaria, en los negocios encuestados se determinó que el 28% de los negocios no están afiliados a asociación gremial alguna, el 27% a la cámara artesanal, el 22% a la cámara de comercio de Quito.

La mayoría de negocios no tiene conocimiento que la afiliación a alguna asociación gremial le das ciertos beneficios que en forma individual son muy costosos como por ejemplo la capacitación a los empleados.

4. ¿De acuerdo a los intervalos presentados señale cuántos años tiene de creación la empresa?

Objetivo

Medir cuantos años de creación tiene las empresas o negocios que producen muebles de hogar tomando como referencia los intervalos establecidos.

Resultados

Tabla 9
CREACIÓN DE LA EMPRESA

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 – 5	31	15%
6 – 10	54	26%
11 – 15	49	23%
16 – 20	25	12%
21 – 30	13	6%
Más de 31	39	18%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

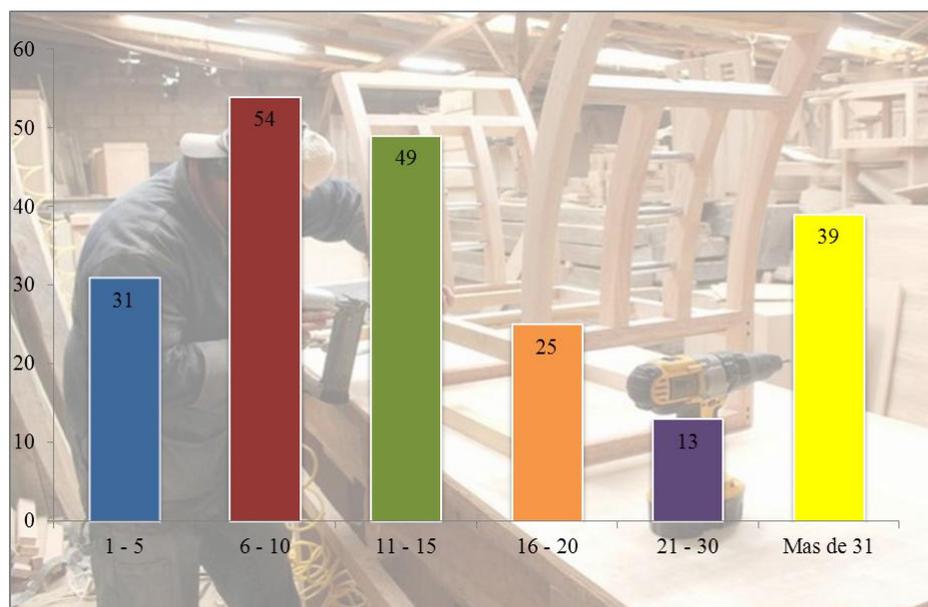


Figura 38
CREACIÓN DE LA EMPRESA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

La mayoría de negocios tiene un periodo de creación de 6 a 10 años con el 26% de los encuestados, el siguiente rango de 11 a 15 años el 23 %, el 18 % de los negocios tiene más de 31 años de creación.

Una de las razones para encontrarnos con estos resultados son los artesanos de profesión que ejercen desde tempranas edades, y son ya de edad adulta, y los aprendices todavía no se independizan.

5. ¿La propiedad de la empresa o negocio es?:

Objetivo

Determinar si la propiedad de las empresas o negocios que producen muebles de hogar es individual o pertenece a más de dos personas.

Resultados

Tabla 10
CAPITAL DE LA EMPRESA

Capital	Frecuencia	Porcentaje
Social	130	62%
Individual	81	38%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

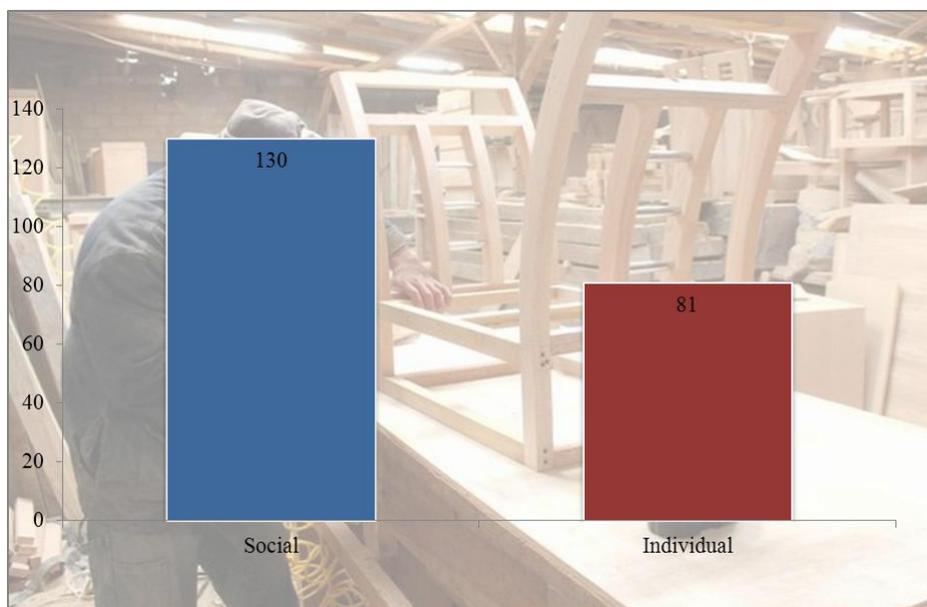


Figura 39
CAPITAL DE LA EMPRESA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios el 62%, tiene el capital en forma social, en su mayoría son personas naturales pero el negocio es familiar, existe un solo número de Ruc, pero son varios los integrantes del negocio.

6. ¿Si su respuesta fue social especifique el número de socios o propietarios de la empresa?

Objetivo

Definir cuantas personas son propietarios de las empresas o negocios productores de muebles, tomando en consideración que la respuesta en la pregunta anterior fue que la propiedad de la empresa es social.

Resultados

Tabla 11
NÚMERO DE SOCIOS

Número de socios	Frecuencia	Porcentaje
2 – 5	71	88%
6 – 10	4	5%
11 – 15	1	1%
Más de 15	5	6%
Total	81	100%

Fuente: (Los autores)

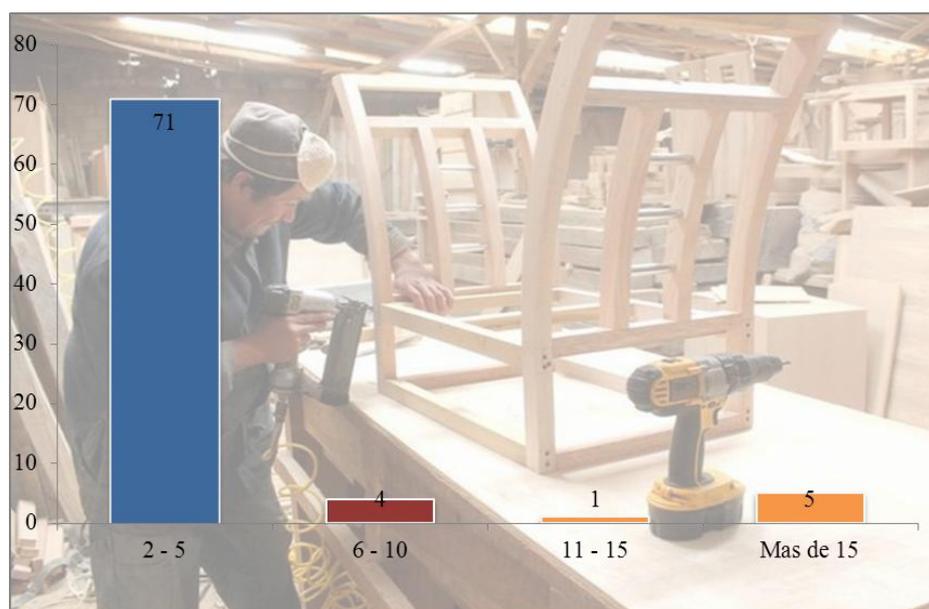


Figura 40
NÚMERO DE SOCIOS

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De las 81 empresas que tiene el capital de forma social el 88% está en el rango de 2 a 5 socios, en su mayoría los que integran este capital son el esposo y la esposa, en los negocios familiares, en algunos de los casos los dos poseen RUC y un único local.

Se debe tomar en cuenta que en el transcurso de la investigación únicamente 40 de los 211 negocios entrevistados tenían personería jurídica que admite 2 o más socios.

7. ¿En el último año usualmente cual ha sido el número de trabajadores promedio que laboran en la empresa o negocio?:

Objetivo

Estipular el número promedio de trabajadores que han laborado en el año 2011 en la empresa o negocio encuestado.

Resultados

Tabla 12
NÚMERO DE EMPLEADOS

Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje
1 - 10	116	55%
11 - 20	61	29%
21 - 30	21	10%
31 - 40	3	1%
41 - 50	4	2%
Más de 51	6	3%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

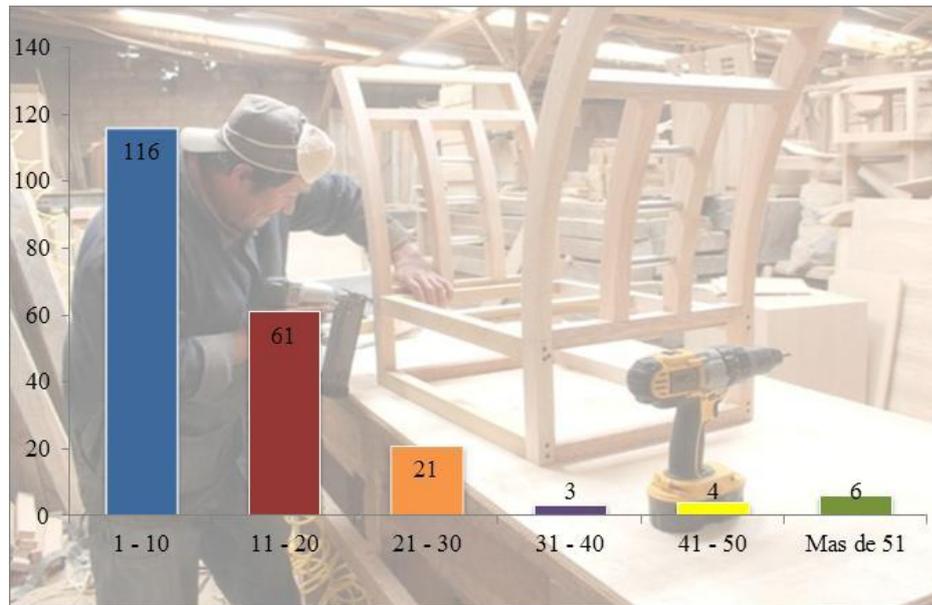


Figura 41
 NÚMERO DE EMPLEADOS
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se estipulo que de los 211 negocios encuestados el 116 poseen de 1 a 10 trabajadores, esto representa el 55% y el 6% poseen más de 51 personas.

8. ¿De ser el caso en los últimos seis años cuál fue el número de trabajadores que incremento la empresa o negocio?

Objetivo

Medir el incremento del número de trabajadores en los últimos seis años.

Resultados

Tabla 13
 INCREMENTO DE PERSONAL

Incremento de personal	Frecuencia	Porcentaje
SI	44	21%
NO	167	79%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

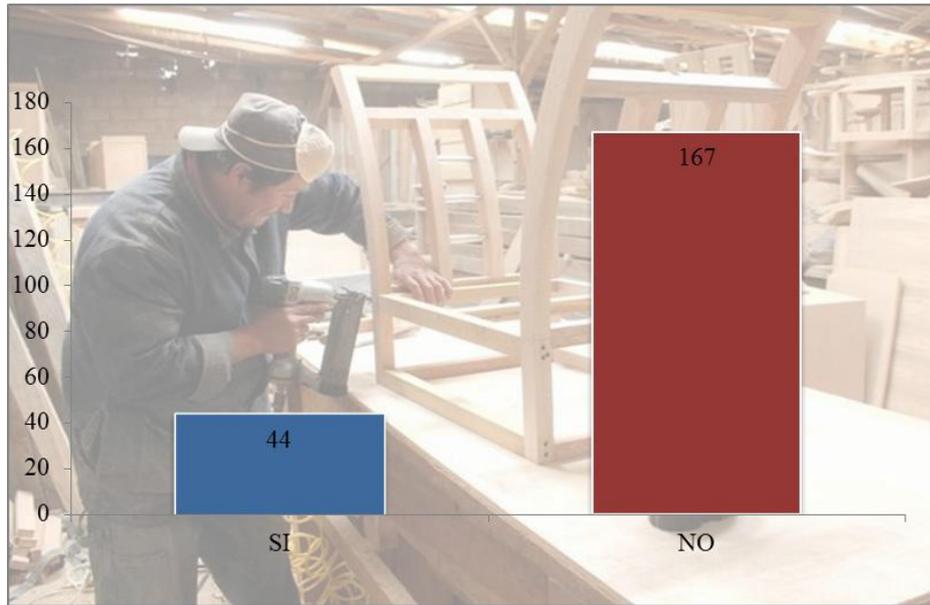


Figura 42
INCREMENTO DE PERSONAL
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 79% de los negocios no ha incrementado personal, los productores supieron manifestar que la demanda de este tipo de muebles se ha reducido.

9. ¿De ser el caso en los últimos seis años cuál fue el número de trabajadores que salieron de la empresa o negocio?

Objetivo

Medir la reducción del número de trabajadores en los últimos seis años en las empresas o negocios productores de muebles de hogar.

Resultados

Tabla 14
REDUCCIÓN DE PERSONAL

Reducción de personal	Frecuencia	Porcentaje
SI	132	63%
NO	79	37%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

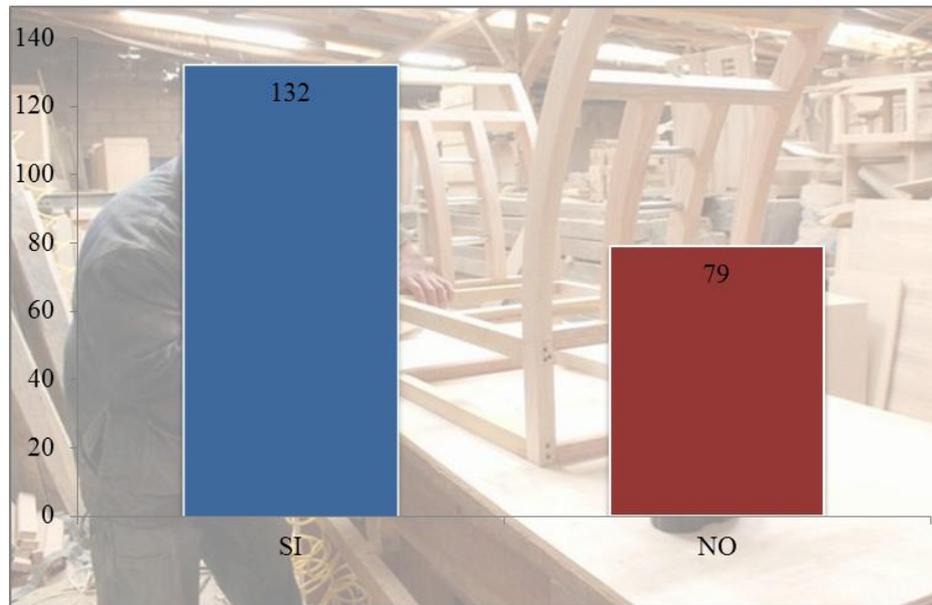


Figura 43
REDUCCIÓN DE PERSONAL
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 63% de los negocios ha reducido personal, según los encuestados esto a consecuencia de la disminución de la demanda de este producto.

10. ¿La remuneración unificada promedio del personal de producción oscila entre?:

Objetivo

Identificar el promedio de la remuneración unificada que perciben los trabajadores del área de producción dentro de una empresa o negocio que produce y comercializa muebles de hogar.

Resultados

Tabla 15
REMUNERACIÓN PERSONAL PRODUCCIÓN

Salario	Frecuencia	Porcentaje
Menos de USD 292	16	8%
USD 292 - USD 500	129	61%
USD 501 - USD 750	26	12%
USD 751 - USD 1000	0	0%
Más de USD 1000	0	0%
No posee personal en esta área	40	19%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

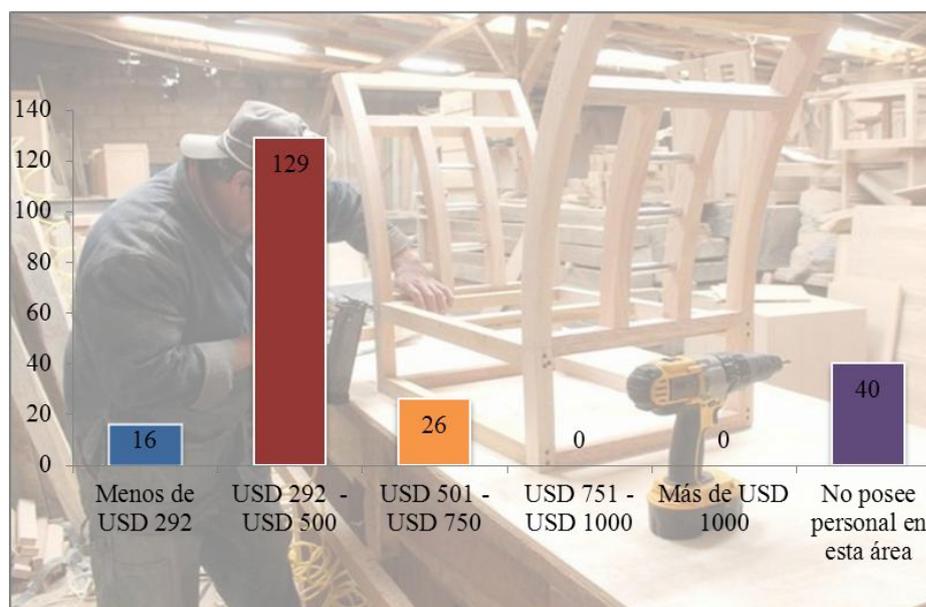


Figura 44
REMUNERACIÓN PERSONAL PRODUCCIÓN
Fuente: (Los autores)

Conclusión

En su mayoría el segmento de la producción son muebles que no mantiene mucha ganancia por producto debido a la competencia, el segmento productivo que colaboro en esta investigación muestra un promedio de remuneración del personal de producción entre 292 y 500 dólares con el 61%, de los encuestados.

11. ¿La remuneración unificada promedio del personal del área administrativa y financiera oscila entre?:

Objetivo

Mostrar el promedio de la remuneración unificada que perciben los trabajadores del área administrativa y financiera de una empresa o negocio que produce y comercializa muebles de hogar.

Resultados

Tabla 16
REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario	Frecuencia	Porcentaje
USD 292 - USD 500	156	74%
USD 501 - USD 750	10	5%
USD 751 - USD 1000	0	0%
Más de USD 1000	0	0%
No posee personal en esta área	45	21%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)



Figura 45
REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios que se entrevistó se identificó que el 21%, no posee personal administrativo financiero, se identificó además que el 74% del personal de administrativo finencie de este segmento gana en promedio entre 292 y 500 dólares, y que solo el 5% gana entre los 501 y 750 dólares, el personal administrativo financiero de este segmento no gana más de 750 dólares.

12. ¿La remuneración unificada promedio del personal del área de ventas oscila entre?:

Objetivo

Determinar el promedio de la remuneración unificada que perciben los trabajadores del área de ventas dentro de una empresa o negocio que produce y comercializa muebles de hogar.

Resultados

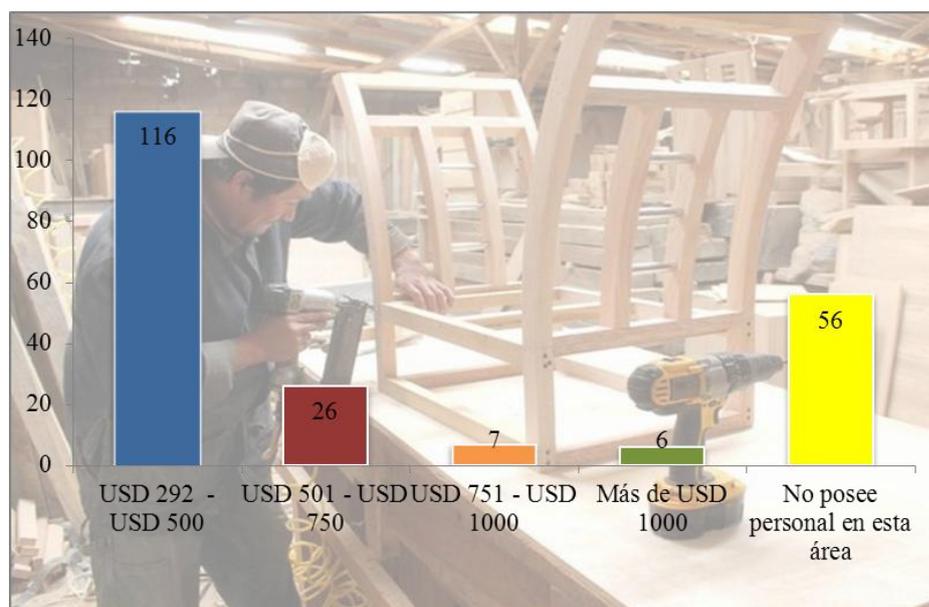


Figura 46
REMUNERACIÓN PERSONAL VENTAS
Fuente: (Los autores)

Tabla 17

REMUNERACIÓN PERSONAL VENTAS

Salario	Frecuencia	Porcentaje
USD 292 - USD 500	116	55%
USD 501 - USD 750	26	12%
USD 751 - USD 1000	7	3%
Más de USD 1000	6	3%
No posee personal en esta área	56	27%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios que se entrevistó se identificó que el 21%, no posee personal de ventas, 40 de los negocios únicamente producción y los distribuyen a través de otras personas pero 16 de los productores, son ellos mismo los que realizan las ventas, se identificó además que el 55% del personal de ventas de este segmento gana en promedio entre 292 y 500 dólares.

Existen 6 negocios en donde el personal de ventas gana más de 1000, como nos supieron manifestar los encuestados esto se da cuando el personal trabaja ganando comisiones de ventas en función a las metas establecidas por el empleador.

13. ¿La edad promedio de su personal de producción o planta oscila entre?:

Objetivo

Establecer el promedio de edad de las personas que laboran en el área de producción de una empresa productora de muebles de hogar.

Resultados

Tabla 18
EDAD PROMEDIO PERSONAL PRODUCCIÓN

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 20 años	3	1%
20 años a 30 años	48	23%
31 años a 40 años	98	46%
Más de 40 años	22	10%
No posee personal en esta área	40	19%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

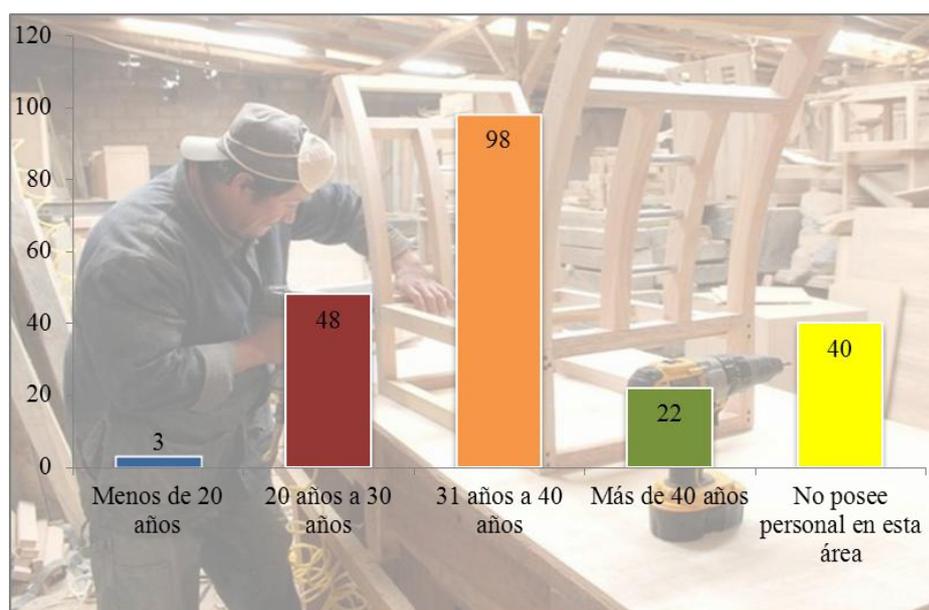


Figura 47
EDAD PROMEDIO PERSONAL PRODUCCIÓN
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se estableció que el promedio del personal de producción de este segmento de mercado en base a la muestra tomada está entre los 31 y 40 años con el 46% de los encuestados.

14. ¿El tiempo de servicio de su personal de producción o planta en la empresa oscila entre?:

Objetivo

Definir el tiempo que labora el personal de producción o planta en la empresa o negocio tomando en consideración los intervalos establecidos.

Resultados

Tabla 19
TIEMPO DE SERVICIO PERSONAL

Período	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 año	5	3%
2 - 5 años	17	10%
6 - 10 años	50	29%
11 - 15 años	47	27%
Más de 15 años	52	30%
Total	171	100%

Fuente: (Los autores)

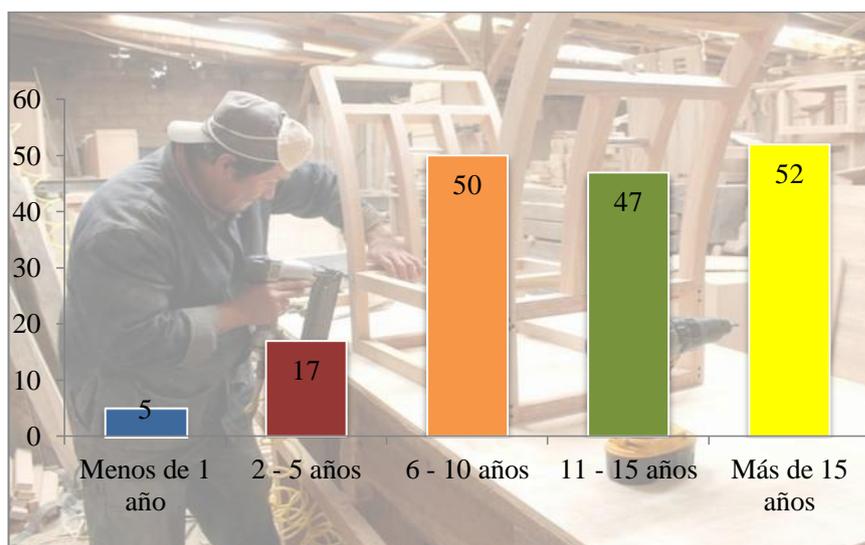


Figura 48
TIEMPO DE SERVICIO PERSONAL
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El tiempo que labora el personal de producción dentro de los negocios encuestados es de más de 15 años, con el 30%, el siguiente rango es de 6 a 10 años

con el 29%, es importante mencionar que pese a la disminución de personal que se identificó en preguntas anteriores, el personal de planta o producción, no ha sufrido este tipo de salida del personal.

15. ¿Qué nivel de educación posee el personal de su empresa?

Objetivo

Conocer el nivel de educación que posee el personal del área de producción o planta que laboran en una empresa o negocio que produce muebles de hogar.

Resultados

Tabla 20
NIVEL DE EDUCACIÓN PERSONAL

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	47	22%
Secundaria	156	74%
Superior	8	4%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

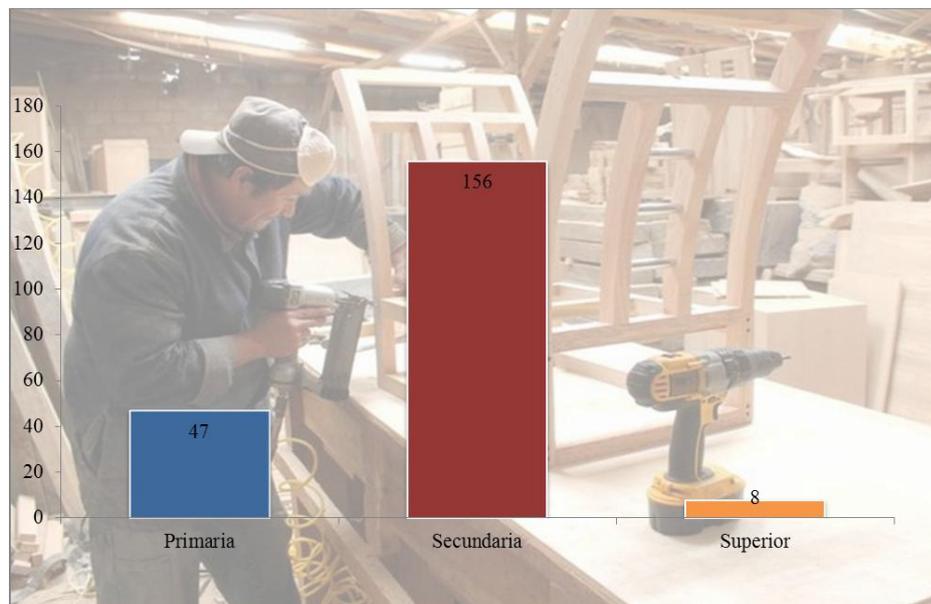


Figura 49
NIVEL DE EDUCACIÓN PERSONAL

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El personal que labora en este segmento de la producción mantiene un nivel de educación secundaria con el 74%, en su mayoría los negocios son heredados.

16. ¿El personal de producción o planta de su empresa recibe capacitación (en horas/año)?:

Objetivo

Definir si el personal de producción o planta de una empresa o negocio productora de muebles recibe capacitación y que tiempo de horas/clase de acuerdo a los intervalos establecidos ha asistido a dichas capacitaciones.

Resultados

Tabla 21
CAPACITACIÓN AL PERSONAL

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Hasta 40 horas	54	32%
De 41 a 80 horas	4	2%
De 81 a 120 horas	1	1%
Más de 120 horas	26	15%
No recibe	86	50%
Total	171	100%

Fuente: (Los autores)

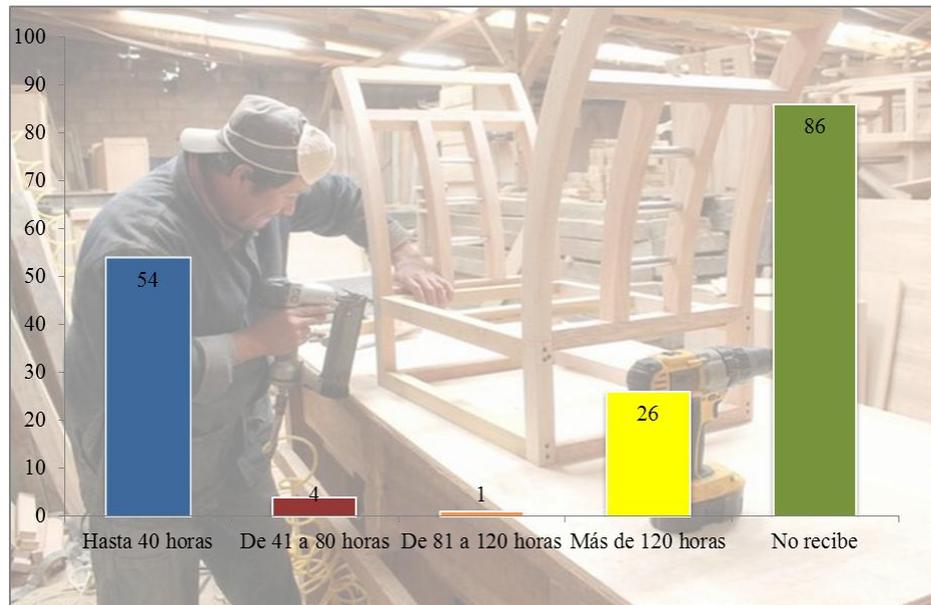


Figura 50
 CAPACITACIÓN AL PERSONAL
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se identificó que el 50% del personal de producción de los negocios que mantienen personal en esta área no reciben capacitación, y únicamente el 15% recibe más de 120 horas al año de capacitación, el 32% de las empresas invierte en capacitación de su personal por un periodo de 40 horas al año.

17. ¿Qué tipo de capacitación recibe su personal de producción o planta?
 Especifique:

Objetivo

Puntualizar el tipo de capacitación que ha recibido el personal de producción de acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior

Resultados

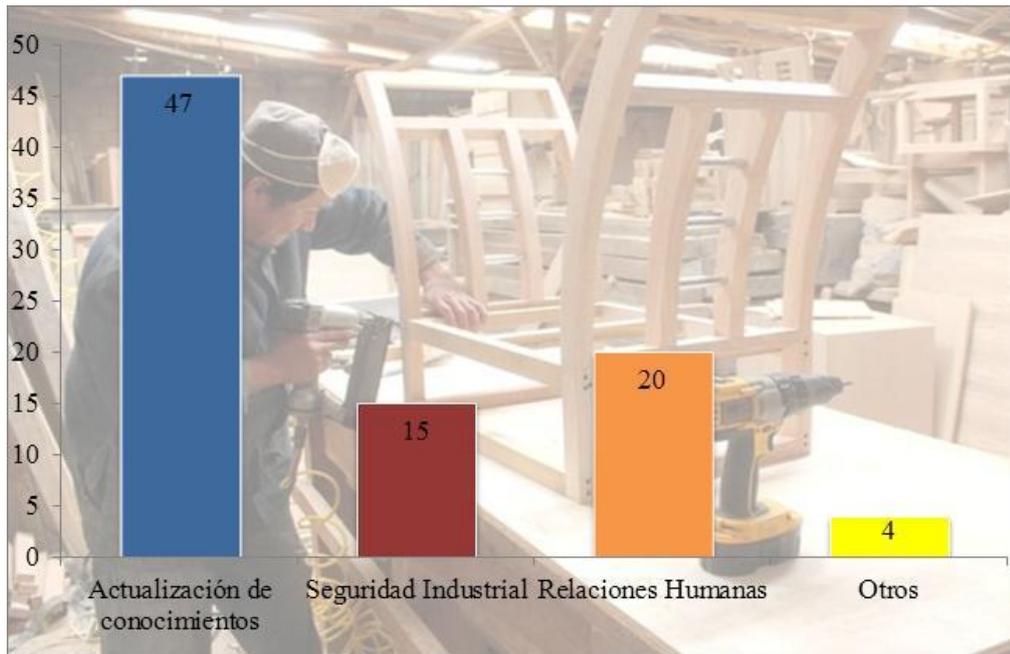


Figura 51
TIPO DE CAPACITACIÓN
Fuente: (Los autores)

Tabla 22
TIPO DE CAPACITACIÓN

Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Actualización de conocimientos	47	55%
Seguridad Industrial	15	17%
Relaciones Humanas	20	23%
Otros	4	5%
Total	86	100%

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De las 85 empresas que capacitan al personal únicamente el 17% lo hace en seguridad industrial y 55% para lo que es actualización de conocimientos, es importante mencionar que el 23% invierten en capacitación de relaciones humanas.

18. ¿A qué parte de las áreas de la casa corresponde los muebles de hogar que su empresa o negocio fabrica?

Objetivo

Establecer en que área de la casa como puede ser sala, comedor, dormitorio, estudio u otros corresponden los tipos de muebles de hogar que fabrican la empresa o negocio.

Resultados

Tabla 23
ÁREAS DE LA CASA

Espacio	Frecuencia	Porcentaje
Sala	163	32%
Comedor	145	28%
Dormitorio	141	28%
Estudio	56	11%
Otros	5	1%
Total	510	100%

Fuente: (Los autores)

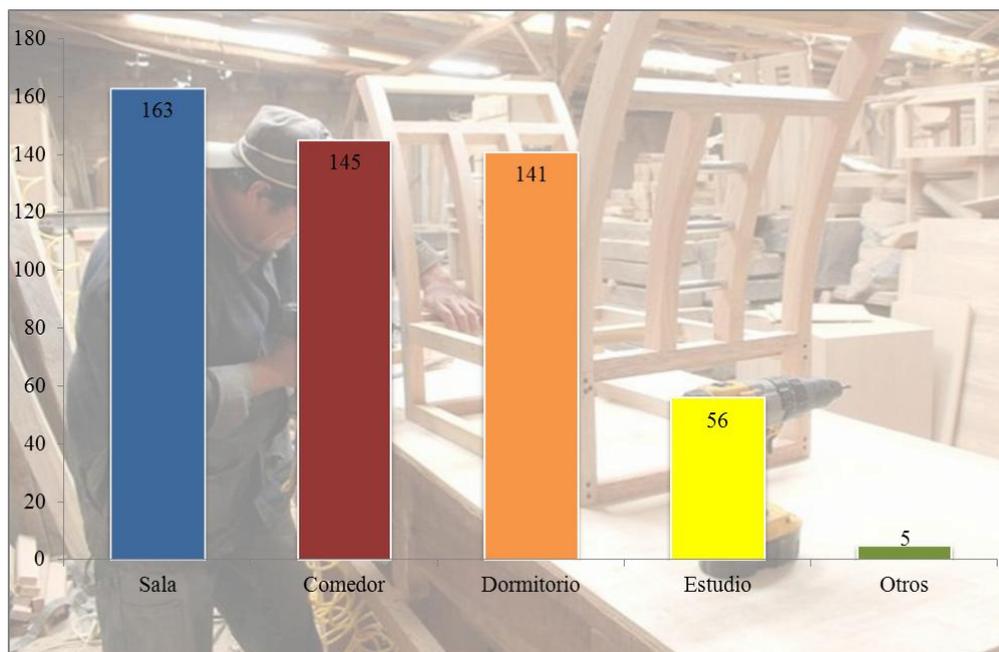


Figura 52
ÁREAS DE LA CASA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se determinó que los negocios de venta de muebles de hogar no se dedican únicamente a la venta o fabricación de muebles para un área específica de la casa, los productores poseen diversificación de productos, los venden por individual, o juegos, los que se observó con esta pregunta y que se relaciona a las encuestas realizadas a los consumidores es que la mayor demanda es de los muebles de sala, ya que de los 211, productores y comercializadores de muebles 77% (163) venden muebles de sala en sus negocios.

19. ¿En el tipo de muebles que su empresa o negocio fábrica el predominio es?:

Objetivo

Determinar el material predominante con el que elaboran los distintos tipos de muebles de hogar que produce la empresa o negocio.

Resultados

Tabla 24
MATERIAL DEL MUEBLE

Material	Frecuencia	Porcentaje
Madera	195	92%
Metal	4	2%
Plástico	0	0%
Combinados	12	6%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

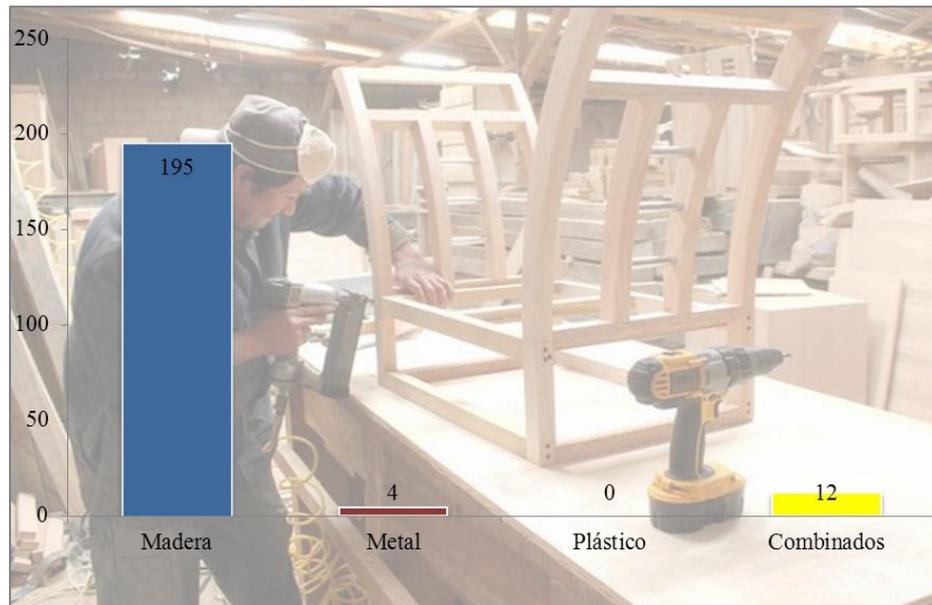


Figura 53
 MATERIAL DEL MUEBLE
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 92% de la muestra produce y comercializa muebles de madera, esta debido a la demanda de muebles de este tipo que existe en el mercado, únicamente el 2% lo realiza de metal y el 6% combinados, no existe producción local de muebles de hogar del plástico en Pichincha, la comercialización se da en locales que distribuye todo tipo de material plástico pero por lo general únicamente para áreas como jardín, sala o comedor.

20. ¿De los tipos de mueble que produce la empresa en forma mensual indicados en la pregunta anterior, indique si la empresa posee inventarios rezagados y cuantos?:

Objetivo

Conocer si la empresa de su producción mensual posee inventarios rezagados.

Resultados

Tabla 25
INVENTARIOS REZAGADOS

Inventarios rezagados	Frecuencia	Porcentaje
NO	139	81%
SI	32	19%
Total	171	100%

Fuente: (Los autores)

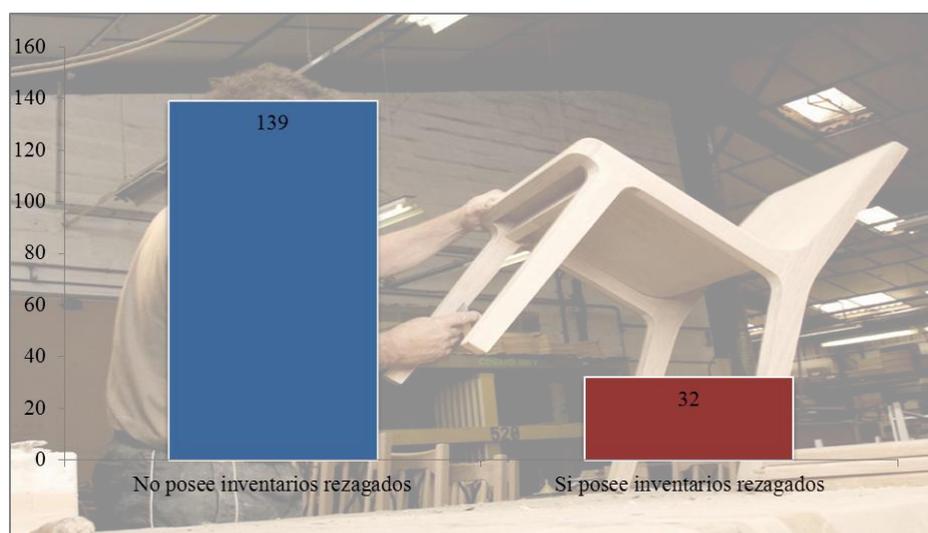


Figura 54
INVENTARIOS REZAGADOS

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De las 171 empresas productoras el 81% no posee inventarios rezagados, y sobre las personas que mantiene inventario rezagado el 19%, supieron indicar que no tienen conocimiento sobre las cantidades.

21. ¿El predominio en la elaboración del mueble es manual o industrial?

Objetivo

Determinar si la elaboración de los muebles de hogar que fabrica la empresa o negocio predomina la forma manual y/o utilizando la tecnología.

Resultados

Tabla 26
TIPO DE PRODUCCIÓN

Tipo de producción	Frecuencia	Porcentaje
La mano del hombre	33	19%
Maquina	3	2%
Las dos anteriores	135	79%
Total	171	100%

Fuente: (Los autores)

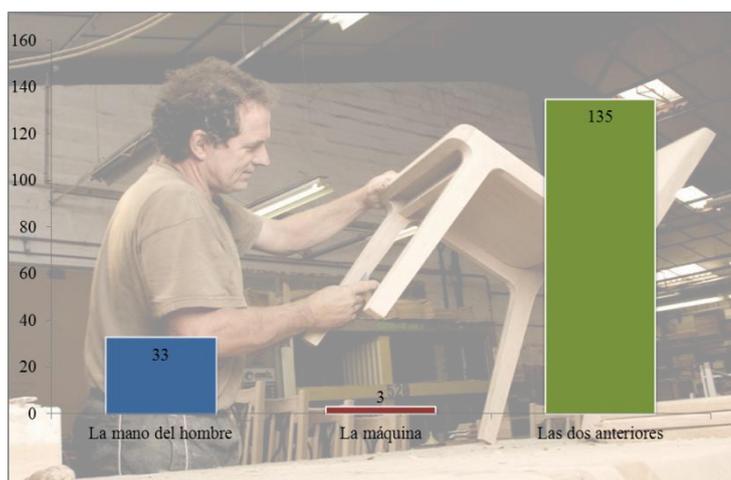


Figura 55
TIPO DE PRODUCCIÓN
Fuente: (Los autores)

Conclusión

En su mayoría los negocios encuestados son personas naturales y/o artesanos, pero en el tipo de producción se utiliza máquinas para procesos de la elaboración del mueble como el corte y cepillado de la madera, motivo por el cual se utilizan también las máquinas, de forma industria a gran escala, son pocas las empresas que lo hacen, el Ecuador se caracteriza por fabricar muebles artesanales

22. ¿Qué clase de madera utiliza para elaborar sus productos?

Objetivo

Conocer el tipo de madera con el que las empresas fabrican sus muebles.

Resultados

Tabla 27
TIPO DE MADERA

Tipo de madera	Frecuencia
Cedro	19
Aglomerado	28
Pino	84
Laurel	151
MDF	133
Otros	34

Fuente: (Los autores)

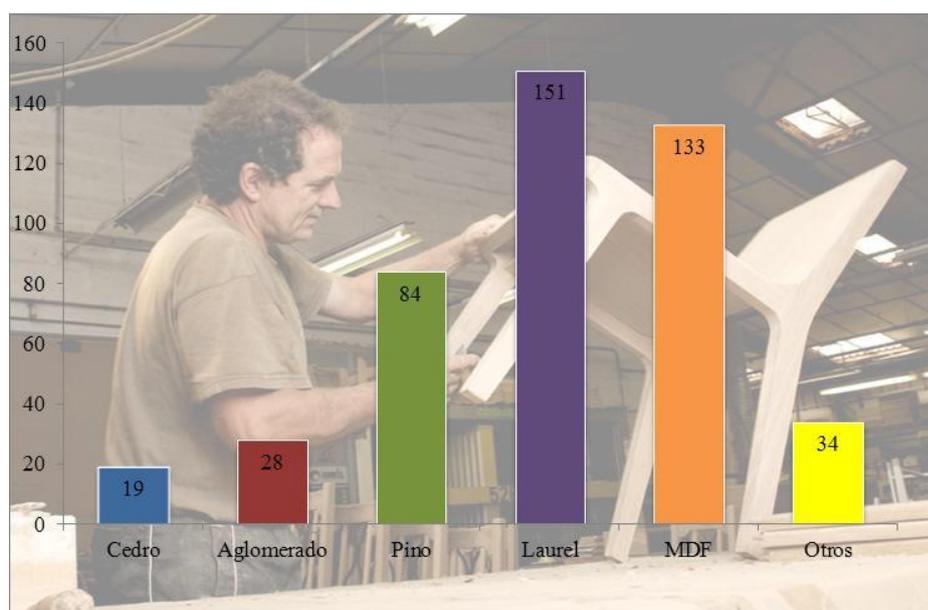


Figura 56
TIPO DE MADERA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El tipo de madera preferida para trabajar es el laurel de los 171 productores 151 utilizan este material, otro material bastante común es el MDF, por costos tanto para la producción como para el precio final.

23. ¿Cuáles son sus temporadas de máximo consumo de madera?:

Objetivo

Determinar el periodo de mayor consumo de muebles de hogar por parte de la ciudadanía, de acuerdo a los intervalos establecidos

Resultados

Tabla 28
TEMPORADA DE MÁXIMO CONSUMO

Trimestre	Frecuencia
Enero - Abril	8
Mayo - Agosto	51
Septiembre - Diciembre	161

Fuente: (Los autores)



Figura 57
TEMPORADA DE MÁXIMO CONSUMO
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Las temporadas de mayor demanda de muebles es en diciembre, esto genera que la mayoría de productores adquieran la madera en los meses previos, dando como resultado que el período de mayor consumo de madera esta entre Septiembre y diciembre

24. ¿La materia prima que utiliza para elaborar sus productos es de fácil adquisición?:

Objetivo

Precisar si la materia prima con que las empresas o negocios elaboran sus productos es de fácil adquisición.

Resultados

Tabla 29
MATERIA PRIMA

Detalle	Frecuencia
SI	138
NO	10
Total	148

Fuente: (Los autores)

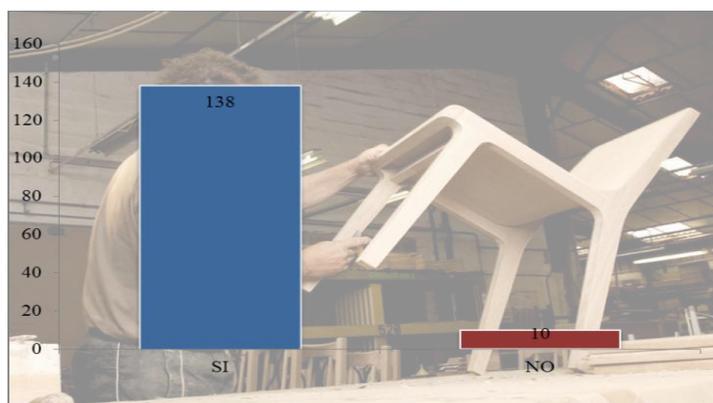


Figura 58
MATERIA PRIMA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

La madera es el componente principal de los muebles y según los fabricantes es de fácil adquisición, 138 de los 148 productores de la ciudad de Quito coinciden en esta pregunta.

10 productores manifiestan que ahora no es de fácil adquisición en comparación con años anteriores.

25. ¿Los insumos que utiliza para elaborar sus productos son de fácil adquisición?:

Objetivo

Precisar si los insumos con los se elaboran muebles son de fácil adquisición.

Resultados

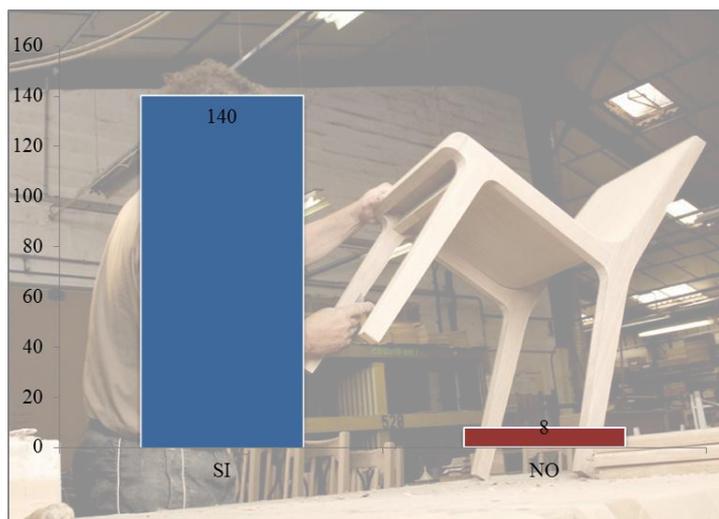


Figura 59
INSUMOS DE PRODUCCIÓN
Fuente: (Los autores)

Tabla 30
INSUMOS DE PRODUCCIÓN

Detalle	Frecuencia
SI	140
NO	8
Total	148

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Los insumos para la fabricación de muebles son de fácil adquisición, como mencionaban los productores muchos de estos se consiguen en ferreterías comunes, en el caso de los 8 productores que en su apreciación es difícil conseguir los insumos se debe a que los acabados son realizados con materiales más exclusivos.

26. ¿Según su perspectiva cómo considera los precios que le ofrecen sus proveedores de materia prima?

Objetivo

Determinar según la perspectiva de la empresa o negocio que fabrica muebles de hogar si los precios ofrecidos por los proveedores son baratos, accesibles o caros.

Resultados

Tabla 31
PRECIOS DE PROVEEDORES MATERIA PRIMA

Perspectiva	Frecuencia	Porcentaje
Baratos	18	12%
Accesibles	102	69%
Caros	28	19%
Total	148	100%

Fuente: (Los autores)

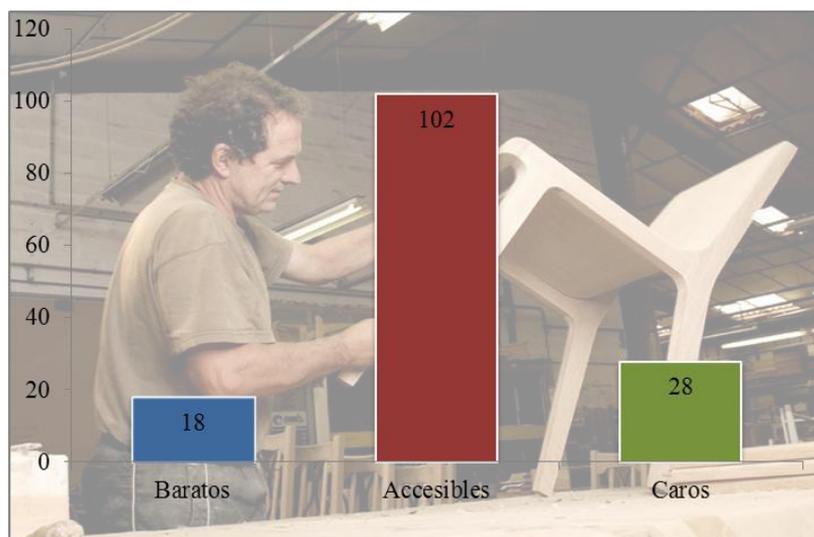


Figura 60
PRECIOS DE PROVEEDORES MATERIA PRIMA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 69% de los productores consideran los precios de la materia prima accesibles, mientras que el 19% los considera caros y el 12% los considera baratos

27. ¿Cómo considera los precios de los insumos necesarios para la producción de muebles de hogar en su empresa?

Objetivo

Determinar según la perspectiva de la empresa o negocio que fabrica muebles de hogar si los precios de los insumos ofrecidos por los proveedores son baratos, accesibles o caros.

Resultados

Tabla 32
PRECIOS DE PROVEEDORES INSUMOS

Perspectiva	Frecuencia	Porcentaje
Baratos	19	13%
Accesibles	116	78%
Caros	13	9%
Total	148	100%

Fuente: (Los autores)

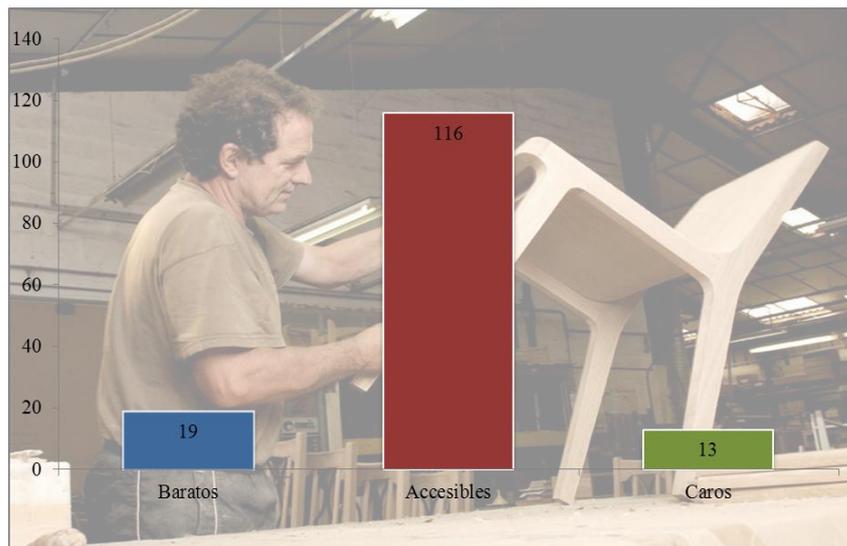


Figura 61
PRECIOS DE PROVEEDORES INSUMOS

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Se determinó que el 78% de los productores consideran los precios de la materia prima accesibles, mientras que el 9% los considera caros y el 13% los considera baratos

28. ¿Qué margen de utilidad tiene la empresa con relación al costo de del producto?

Objetivo

Establecer un promedio de margen de utilidad que las empresas comercializadoras de muebles de hogar obtienen al vender sus productos.

Resultados

Tabla 33
MARGEN DE UTILIDAD COMERCIALIZADORES

Margen de utilidad	Frecuencia	Porcentaje
1% -10%	15	38%
11% - 20%	9	23%
21% - 30%	12	30%
Más del 31%	4	10%
Total	40	100%

Fuente: (Los autores)

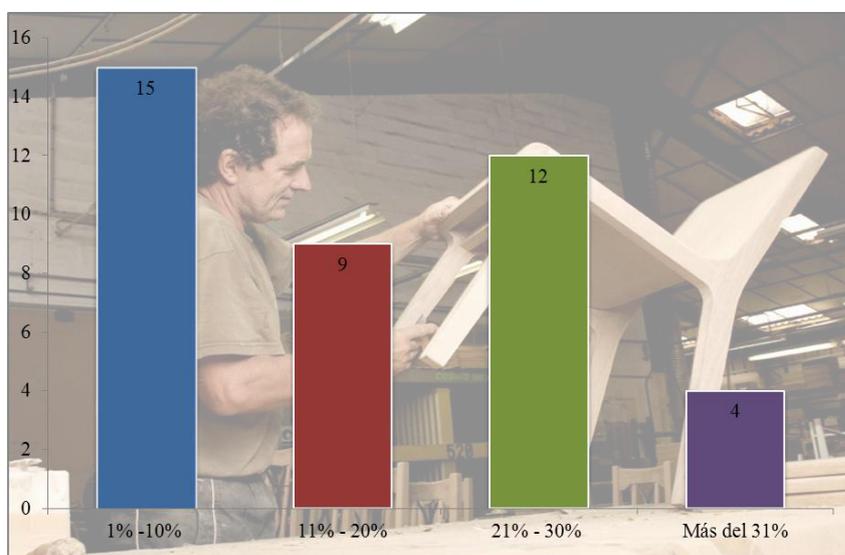


Figura 62
MARGEN DE UTILIDAD COMERCIALIZADORES

Fuente: (Los autores)

Conclusión

De las 40 empresas comercializadoras el 38% obtiene una utilidad entre el 1 y 10%, solo el 10% de los comercializadores obtienen un margen de utilidad de más del 10%, mientras el 53% obtiene una ganancia de entre el 11% y 30%

29. ¿Qué margen de utilidad tiene la empresa con relación al costo de fabricación del producto?

Objetivo

Establecer un promedio de margen de utilidad que las empresas productoras de muebles de hogar obtienen al comercializar sus productos elaborados con relación al costo de fabricación del mismo tomando en consideración los intervalos proporcionados en la encuesta.

Resultados

Tabla 34
MARGEN DE UTILIDAD PRODUCTORES

Margen de utilidad	Frecuencia	Porcentaje
1% - 5%	23	16%
6% - 10%	23	16%
11% - 15%	52	35%
16% - 20%	27	18%
21% - 25%	11	7%
26% - 30%	7	5%
Más del 31%	5	3%
Total	148	100%

Fuente: (Los autores)

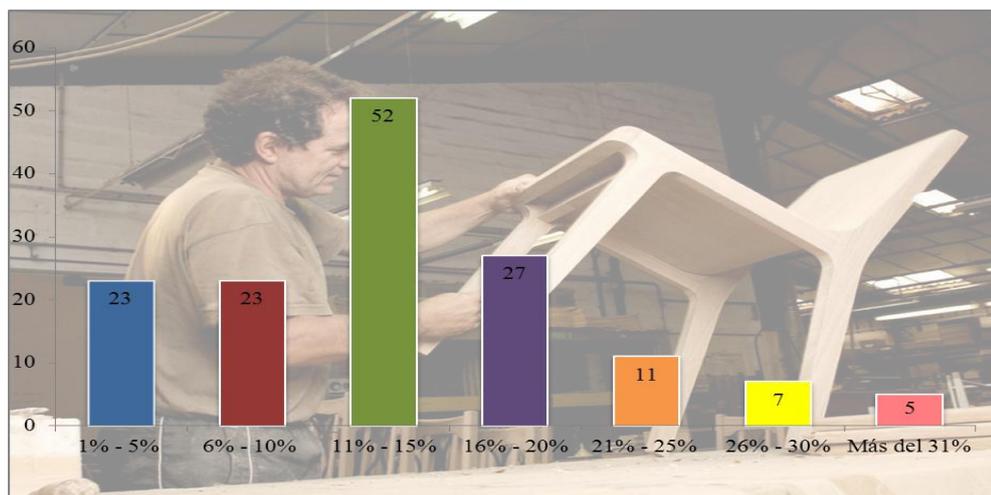


Figura 63
MARGEN DE UTILIDAD
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 148 productores que nos brindaron esta información podemos determinar que el 32% gana menos del 10% de utilidad, 35% de los negocios obtiene un margen de utilidad de entre el 11% y 15%, el 18% gana entre el 16% y el 20%, y 15% de productores gana más del 21% al vender sus productos

30. ¿Su empresa o negocio cuenta con personal calificado para desarrollar las diferentes actividades en el área de producción?:

Objetivo

Conocer si la empresa productora de muebles de hogar cuenta con personal calificado para cumplir con las actividades que demanda el área de producción.

Resultados

Tabla 35
PERSONAL CALIFICADO

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	140	95%
NO	8	5%
Total	148	100%

Fuente: (Los autores)

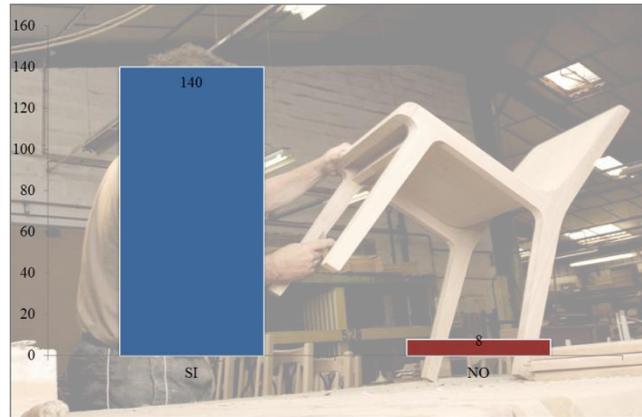


Figura 64
PERSONAL CALIFICADO
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 148 productores el 95% en su apreciación poseen, personal calificado para esta área, mientras el 5%, piensa lo contrario.

31. ¿Su empresa o negocio cuenta con personal calificado para desarrollar las diferentes actividades en el área administrativa y financiera?:

Objetivo

Conocer si la empresa productora de muebles de hogar cuenta con personal calificado para cumplir con las actividades que demanda el área administrativa y financiera.

Resultados

Tabla 36
PERSONAL CALIFICADO

Personal Calificado	Frecuencia	Porcentaje
SI	114	93%
NO	9	7%
Total	123	100%

Fuente: (Los autores)

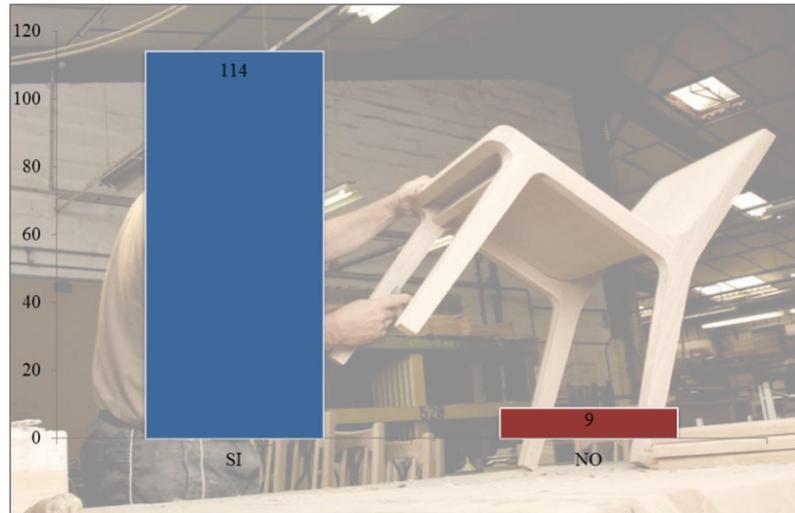


Figura 65
PERSONAL CALIFICADO
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 123 productores que poseen personal en el área administrativa el 93% en su apreciación poseen personal calificado para esta área, mientras el 7% piensa lo contrario.

32. ¿Porcentualmente indique el incremento de la producción de años anteriores con relación a la producción del año 2011?

Objetivo

Determinar el incremento en la producción de muebles de hogar de años anteriores con relación al año 2011.

Resultados

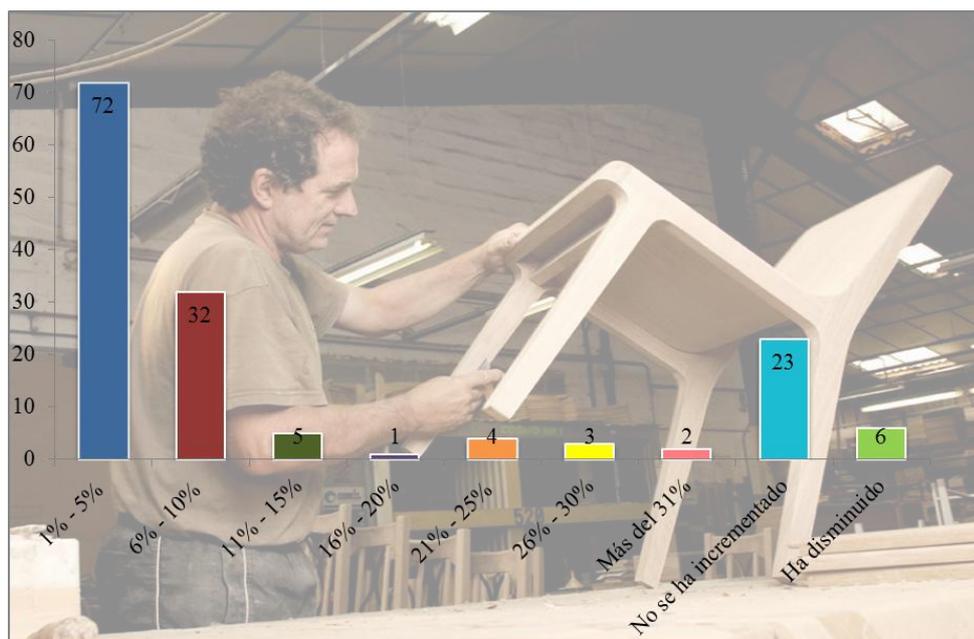


Figura 66
INCREMENTO DE PRODUCCIÓN
Fuente: (Los autores)

Tabla 37
INCREMENTO DE PRODUCCIÓN

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
1% - 5%	72	49%
6% - 10%	32	22%
11% - 15%	5	3%
16% - 20%	1	1%
21% - 25%	4	3%
26% - 30%	3	2%
Más del 31%	2	1%
No se ha incrementado	23	16%
Ha disminuido	6	4%
Total	148	100%

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 49% de los productores manifiestan que si se ha incrementado la producción entre el 1% y el 5% en el período 2006 – 2011, el 16% de los productores no ha percibido incremento y el 4% ha sentido una disminución en la producción.

33. ¿En su apreciación el producto que su empresa o negocio fábrica cumple con las expectativas del cliente?:

Objetivo

Conocer si desde la perspectiva del dueño de la empresa o negocio que fabrica muebles de hogar el producto que elabora su empresa cumple siempre o casi siempre con las expectativas y necesidades de sus clientes.

Resultados

Tabla 38
CUMPLIMIENTO DE NECESIDADES DEL CLIENTE

Perspectiva	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	200	95%
Casi Siempre	11	5%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

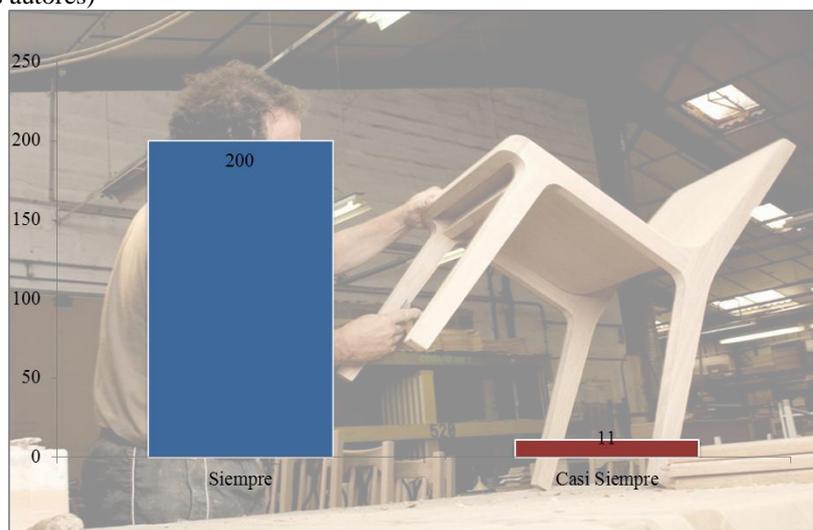


Figura 67
CUMPLIMIENTO DE NECESIDADES DEL CLIENTE
Fuente: (Los autores)

Conclusión

En la apreciación del empresario el 95%, piensa que satisface las necesidades y requerimientos del cliente siempre y solo el 5% casi siempre.

34. ¿El mercado destino de su producto es?:

Objetivo

Determinar si la producción satisface la demanda de otras ciudades además de donde se produce.

Resultados

Tabla 39
MERCADO DESTINO

Provincia	Frecuencia
Pichincha	211
Azuay	28
Guayas	35
Otros	50

Fuente: (Los autores)

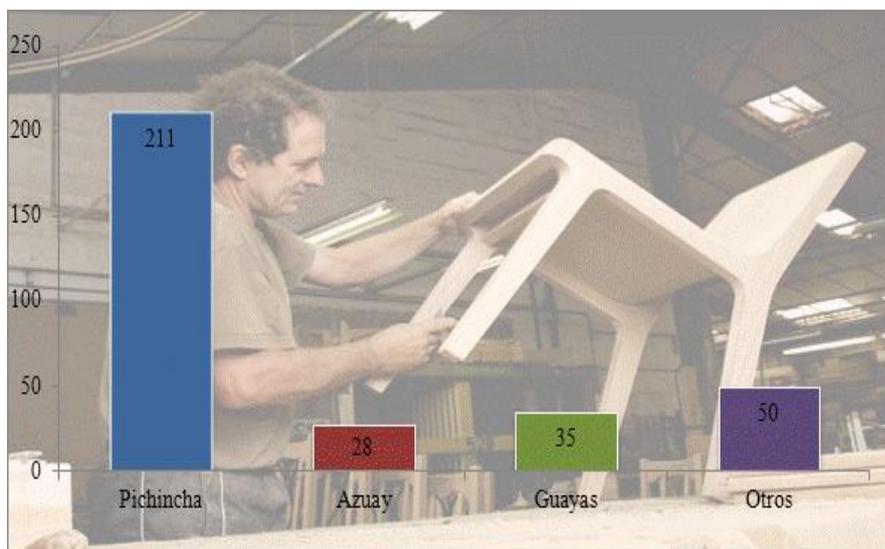


Figura 68
MERCADO DESTINO
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios encuestados su totalidad distribuye los muebles para la provincia de Pichincha, además 28 establecimientos los distribuyen para Azuay, 35 para guayas y 50 para otras provincias.

Pese a la competencia y renombre de los muebles cuencanos, los productores locales también distribuyen sus muebles en esta ciudad.

35. ¿En su apreciación cómo consideran los precios de los muebles de hogar sus clientes?

Objetivo

Conocer desde la perspectiva del dueño de la empresa o negocio si los precios con los que comercializa sus productos son baratos accesibles o caros según sus clientes.

Resultados

Tabla 40
PRECIOS DE MUEBLES

Perspectiva	Frecuencia	Porcentaje
Baratos	40	19%
Accesibles	163	77%
Caros	8	4%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

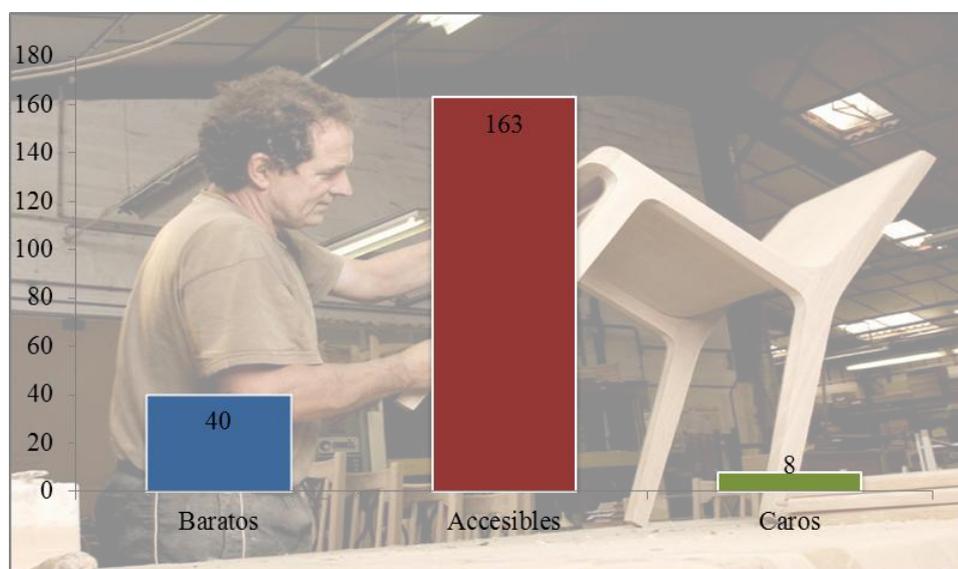


Figura 69
PRECIOS DE MUEBLES
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Según el criterio de los oferentes de muebles les brinda a los clientes precio accesible en 77% de los establecimientos encuestados, en el 19% de los negocios el precio es barato y únicamente el 4% consideran tener precios caros.

36. ¿El personal de ventas y atención al cliente ha recibido capacitación para desarrollar las distintas actividades que realiza en la empresa?:

Objetivo

Detectar si el personal que labora en el área de ventas y atención al cliente ha sido capacitado para cumplir con las actividades encomendadas en dicha área.

Resultados

Tabla 41
PERSONAL CALIFICADO

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	108	51%
NO	29	14%
No posee personal en esta área	74	35%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

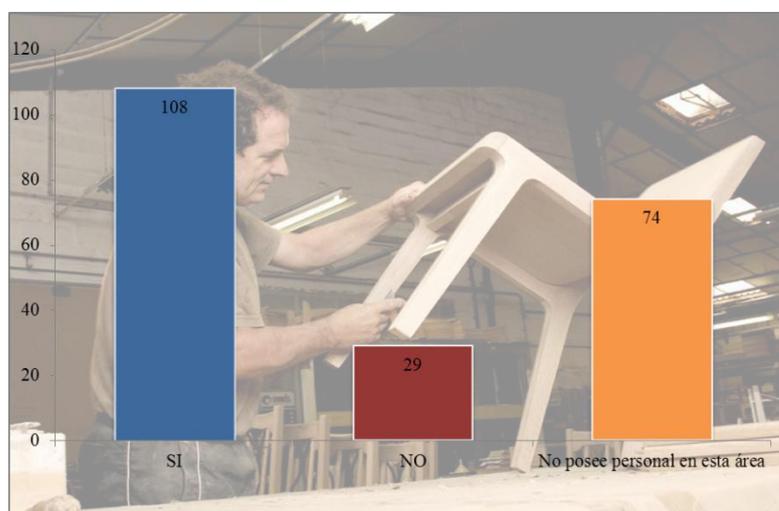


Figura 70
PERSONAL CALIFICADO

Fuente: (Los autores)

Conclusión

A criterio de los productores y comercializadores estos mantienen 108 negocios con personal calificado para el área financiera – administrativa siendo esto el 51%, en 74 con el 35% de los negocios no poseen personal para esta área.

37. ¿Porcentualmente indique cuál es el incremento en el volumen de ventas de años anteriores de los muebles de hogar que fabrica su empresa o negocio con relación al volumen de ventas del año 2011?

Objetivo

Determinar el incremento en las ventas de muebles de hogar de años anteriores con relación al año 2011.

Resultados

Tabla 42
INCREMENTO EN VENTAS

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
1% - 5%	96	45%
6% - 10%	50	24%
11% - 15%	12	6%
16% - 20%	1	0%
21% - 25%	4	2%
26% - 30%	3	1%
Más del 31%	2	1%
No se ha incrementado	30	14%
Ha disminuido	13	6%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

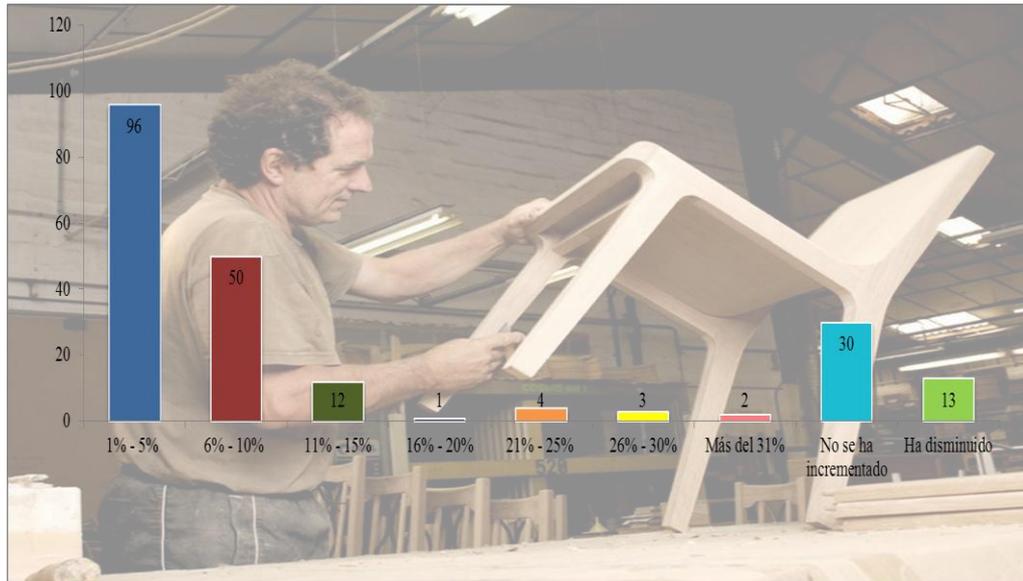


Figura 71
INCREMENTO EN VENTAS
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 45% de los locales han experimentado un incremento en las ventas entre el 1% y el 5%, el 14% percibe que no ha existido un incremento, y el 6% ha percibido una disminución, son pocos los locales que han incrementado las ventas en más del 15%, esto tiene una estrecha relación con la percepción de los productores y su incremento en la producción.

38. ¿El precio de los muebles de sala que su empresa o negocio fábrica oscila entre los?:

Objetivo

Indicar un precio promedio de acuerdo a los intervalos establecidos de los muebles de sala que la empresa o negocio fabrica y/o comercializa.

Resultados

Tabla 43
PRECIO MUEBLES DE SALA

Precio	Frecuencia	Porcentaje
USD 50 - USD 500	91	49%
USD 501 - USD 1000	89	48%
USD 1001 - USD 2000	3	2%
Más de USD 2000	3	2%
Total	186	100%

Fuente: (Los autores)

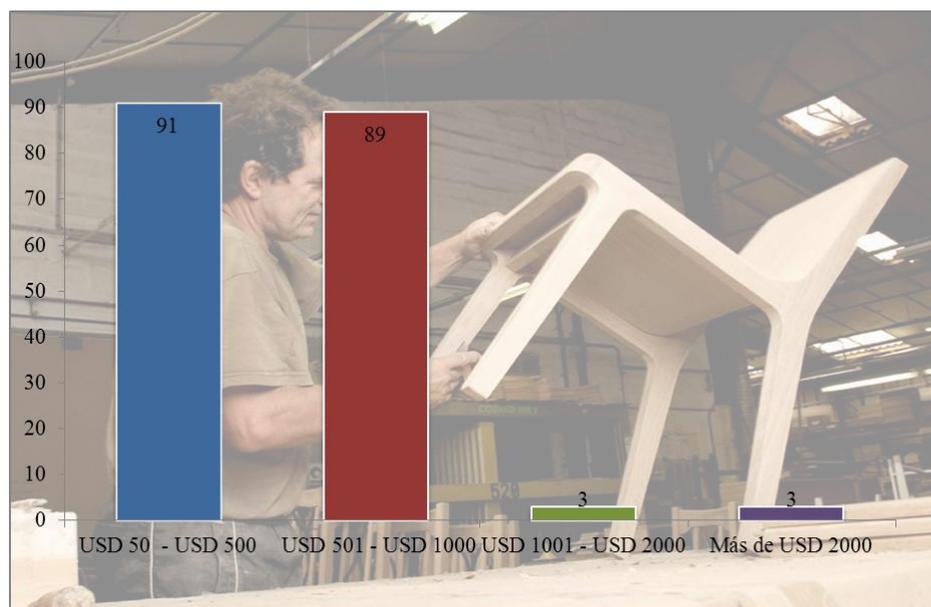


Figura 72
PRECIO MUEBLES DE SALA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El precio promedio de los muebles de sala en su mayoría está entre los 50 y 1000 dólares, el 49% y el 48% mantiene precios entre 50-500 y 501-1000 dólares respectivamente, únicamente 6 locales con el 4% de los negocios mantiene precios superiores a los 1001 dólares.

39. ¿El precio de los muebles de comedor que su empresa o negocio fábrica oscila entre los?:

Objetivo

Indicar un precio promedio de acuerdo a los intervalos establecidos de los muebles de comedor que la empresa o negocio fabrica y/o comercializa.

Resultados

Tabla 44
PRECIO MUEBLES DE COMEDOR

Precio	Frecuencia	Porcentaje
USD 50 - USD 500	87	52%
USD 501 - USD 1000	74	44%
USD 1001 - USD 2000	5	3%
Más de USD 2000	1	1%
Total	167	100%

Fuente: (Los autores)

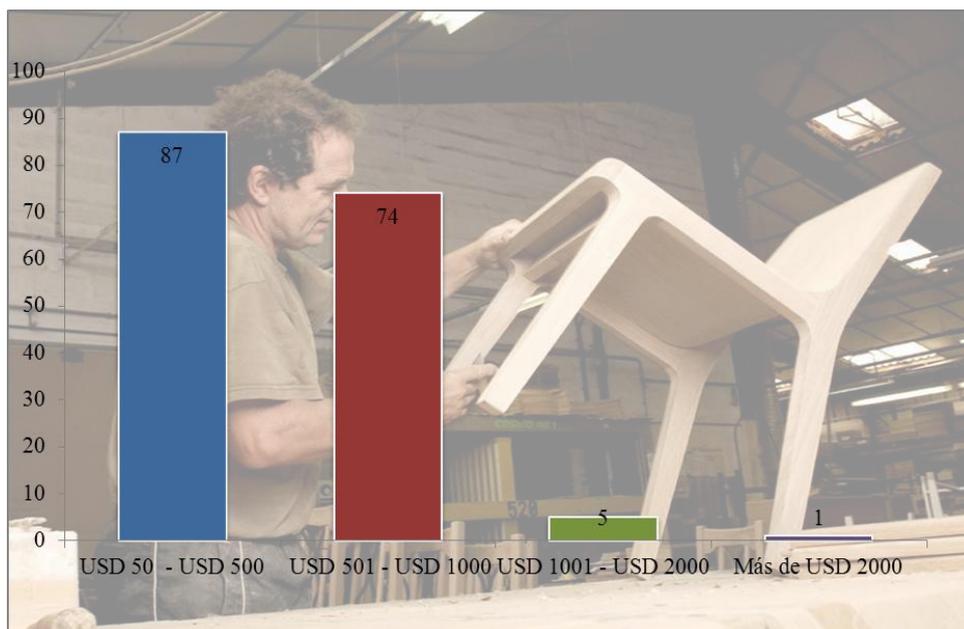


Figura 73
PRECIO MUEBLES DE COMEDOR

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El precio promedio de los muebles de comedor está el 52% entre los 50-500 dólares, el 44% entre los 501-1000 dólares, únicamente 6 locales con el 4% de los negocios mantiene precios superiores a los 1001 dólares.

40. ¿El precio de los muebles de dormitorio que su empresa o negocio fábrica oscila entre los?:

Objetivo

Indicar un precio promedio de acuerdo a los intervalos establecidos de los muebles de dormitorio que la empresa o negocio fabrica y/o comercializa.

Resultados

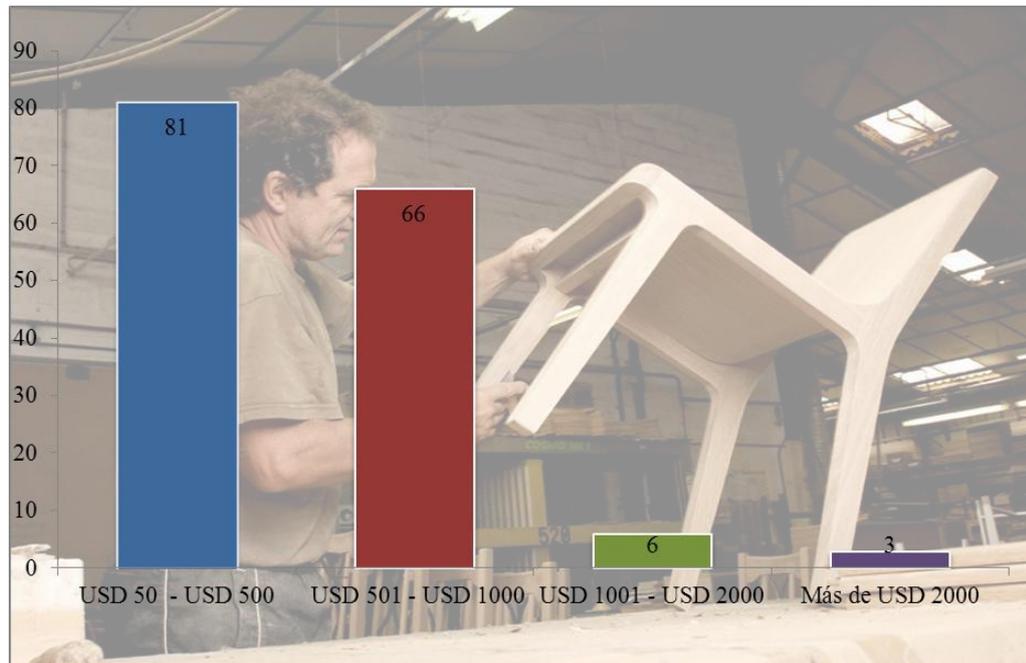


Figura 74
PRECIO MUEBLES DE DORMITORIO
Fuente: (Los autores)

Tabla 45
PRECIO MUEBLES DE DORMITORIO

Precio	Frecuencia	Porcentaje
USD 50 - USD 500	81	52%
USD 501 - USD 1000	66	42%
USD 1001 - USD 2000	6	4%
Más de USD 2000	3	2%
Total	156	100%

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El precio promedio de los muebles de dormitorio en su mayoría está entre los 50 y 1000 dólares, únicamente 9 locales con el 6% de los negocios mantiene precios superiores a los 1000 dólares.

41. ¿El precio de los muebles para el área de estudio dentro del hogar que su empresa o negocio fábrica oscila entre los?:

Objetivo

Indicar un precio promedio de acuerdo a los intervalos establecidos de los muebles para el área de estudio dentro de un hogar que la empresa o negocio fabrica y/o comercializa.

Resultados

Tabla 46
PRECIO MUEBLES DE ESTUDIO

Precio	Frecuencia	Porcentaje
USD 50 - USD 500	52	74%
USD 501 - USD 1000	14	20%
USD 1001 - USD 2000	3	5%
Más de USD 2000	1	1%
Total	80	100%

Fuente: (Los autores)

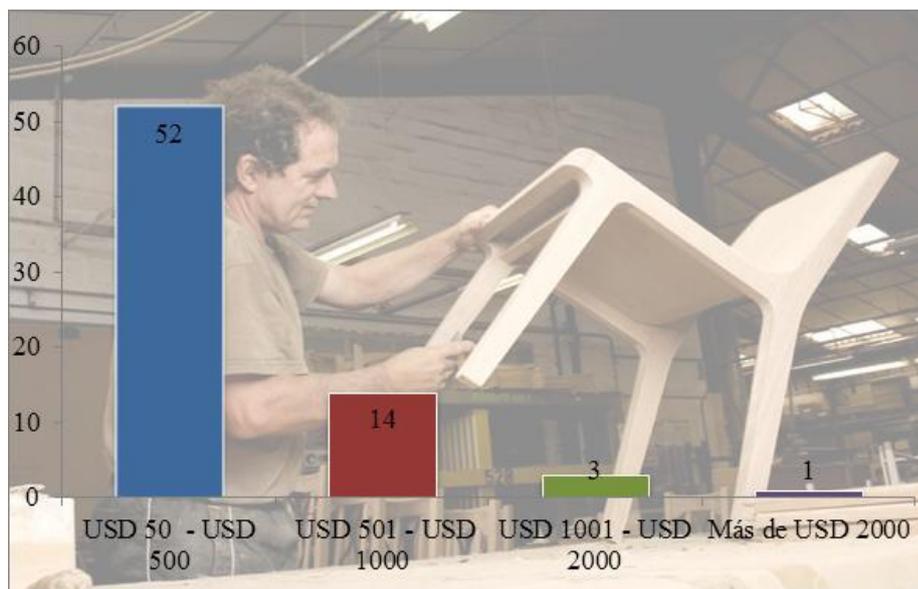


Figura 75
 PRECIO MUEBLES DE ESTUDIO
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

El precio promedio de los muebles de sala está entre los 50-500 dólares con el 74%, el 26% de los negocios mantiene precios superiores a los 501 dólares.

42. ¿Su empresa o negocio cuenta con página web?:

Objetivo

Mostar si la empresa o negocio que fabrica muebles de hogar cuenta con página web para la comercialización de sus productos.

Resultados

Tabla 47
 PÁGINA WEB

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	7%
NO	197	93%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)



Figura 76
PÁGINA WEB
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios encuestados únicamente 14 que corresponde al 7% del 100% de los encuestados poseen página web esto se da por la gran apertura y colaboración que nos brindaron los artesanos quienes no invierten en este tipo de publicidad por desconocimiento y costos. Las grandes empresas transfieren el costo de estas herramientas a los muebles.

43. Su empresa o negocio cuenta con tienda virtual:

Objetivo

Mostar si la empresa cuenta con tienda virtual para la comercialización.

Resultados

Tabla 48
TIENDA VIRTUAL

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	3%
NO	205	97%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

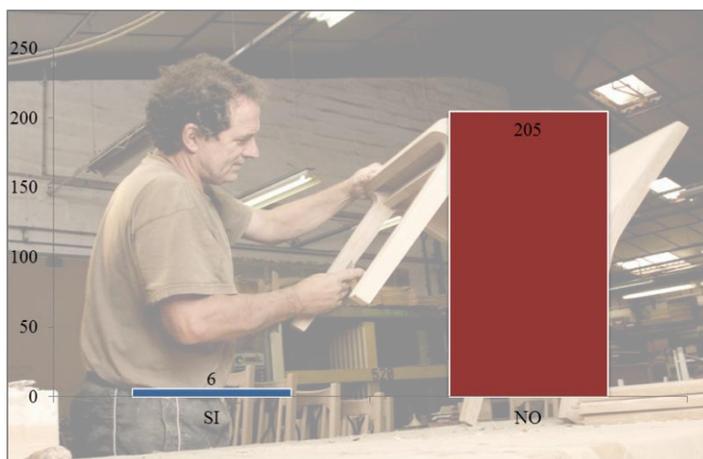


Figura 77
 TIENDA VIRTUAL
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios únicamente 6 que corresponden al 3% del total de encuestados poseen tienda virtual, es decir que pueden vender por internet, además de mantener un local, esto por lo general lo hacen las empresas que ya están posicionadas en el mercado.

44. ¿El capital con el que elabora sus productos es?:

Objetivo

Constatar si el capital con el que normalmente funciona y desarrolla las actividades la empresa o negocio que produce muebles de hogar es propio, familiar o de terceros como pueden ser préstamos o socios.

Resultados

Tabla 49
 CAPITAL

Capital	Frecuencia	Porcentaje
Propio	135	64%
Familiar	59	28%
Terceros	17	8%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

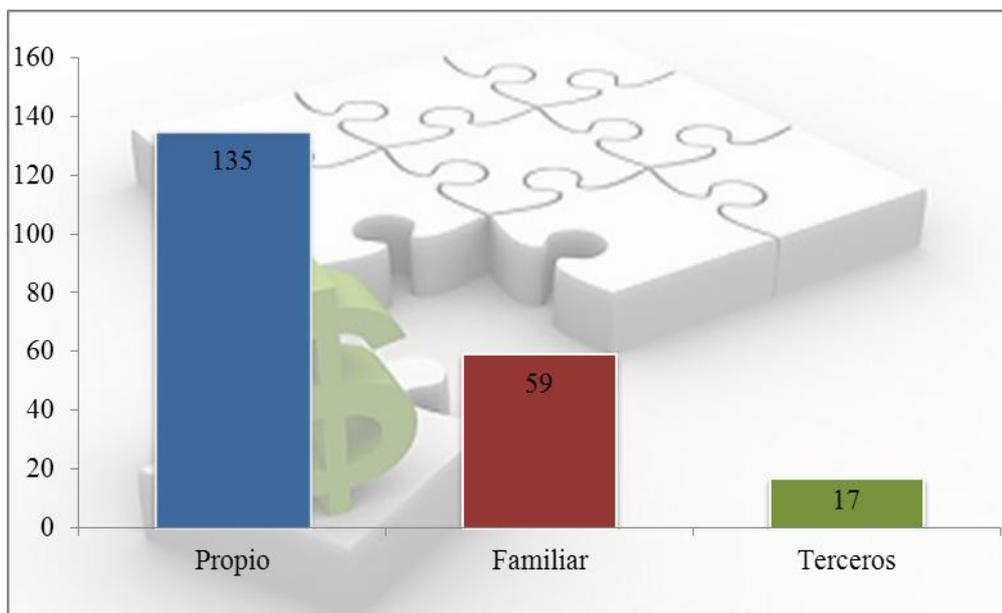


Figura 78
CAPITAL
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El capital con el que cuentan los negocios de muebles encuestados en el 64% es propio, el 28% es capital familiar y apenas el 8% del capital es de terceros por lo general este capital corresponde a préstamos que realizan a instituciones financieras.

45. ¿Su empresa o negocio necesita acceder a préstamos para?:

Objetivo

Determinar el área de destino y uso ya sea administración, producción, ventas, adquisición de maquinaria, etc. del préstamo solicitado por parte de los dueños de la empresa o negocio.

Resultados

Tabla 50
FINANCIAMIENTO

Destino	Frecuencia	Porcentaje
Gastos administrativos	20	10%
Incremento en la producción	118	58%
Incremento en las ventas	51	25%
Incremento en la maquinaria	16	8%
Total	205	100%

Fuente: (Los autores)

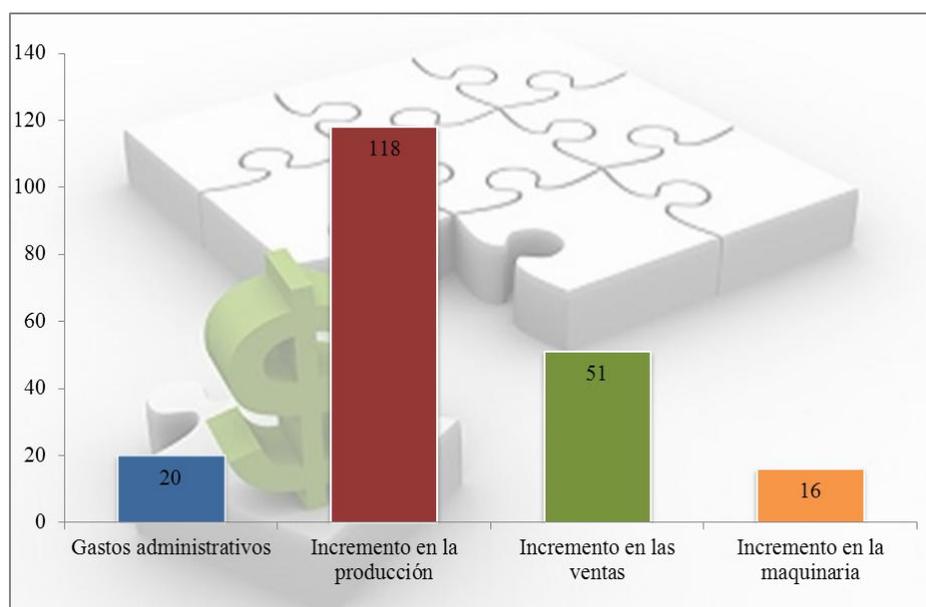


Figura 79
FINANCIAMIENTO
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 168 encuestados que acceden a préstamos es interesante mencionar que 118 negocios utilizan el dinero para incremento de producción, 16 negocios en incremento de maquinaria, 51 negocios para incrementar las ventas y 20 negocios en gastos administrativos.

46. ¿Si su empresa accede a préstamos donde obtiene los mismos?:

Objetivo

Establecer los lugares o personas en donde los dueños de la empresa acuden para solicitar el o los préstamos necesarios para poder continuar con la producción.

Resultados

Tabla 51
PROCEDENCIA DEL FINANCIAMIENTO

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Familia	29	14%
Amigos	0	0%
Instituciones Financieras	139	66%
No realiza préstamos	43	20%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

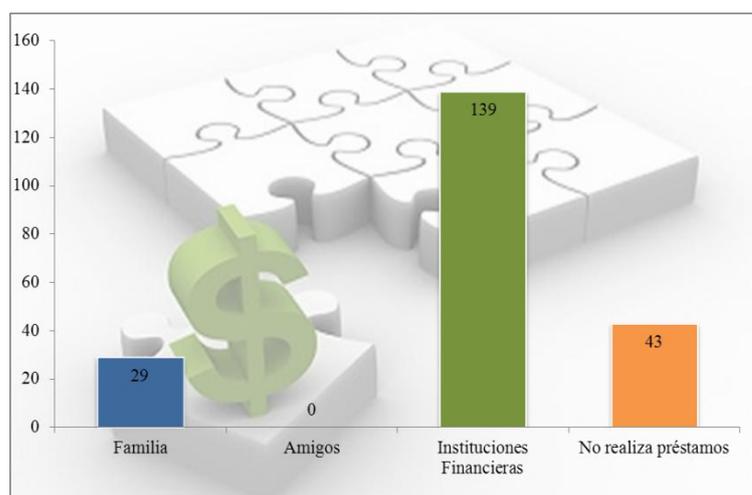


Figura 80
PROCEDENCIA DEL FINANCIAMIENTO

Fuente: (Los autores)

Conclusión

La procedencia de los préstamos a los que acceden los productores y/o comercializadores de muebles lo hacen en su mayoría en instituciones financieras, siendo el 66% de las empresas encuestadas.

47. ¿Cada que tiempo solicita dichos préstamos?:

Objetivo

Determinar cada que tiempo las empresas que fabrican muebles de hogar solicita préstamos para continuar con el normal desarrollo de sus actividades.

Resultados

Tabla 52
ROTACIÓN DE PRÉSTAMOS

Rotación de préstamo	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al año	134	64%
2 veces al año	25	12%
Más de 2 veces al año	8	4%
No realiza préstamos	44	21%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

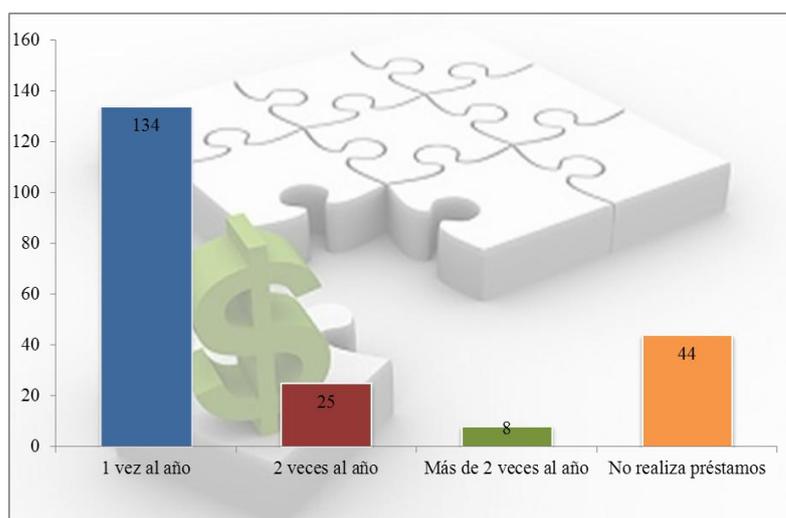


Figura 81
ROTACIÓN DE PRÉSTAMOS

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Los negocios que acceden a préstamos los renuevan una vez por año para el incremento de la producción, en estas circunstancias se determinó que el 64% de los encuestados solicitan créditos al año y el 12% dos veces por año.

48. ¿En la actualidad su empresa o negocio tiene préstamos vigentes para el normal desarrollo de sus actividades?

Objetivo

Conocer si en la actualidad las empresas o negocios cuentan con préstamos vigentes para el desarrollo de sus actividades.

Resultados

Tabla 53
PRESTAMOS VIGENTES

Préstamos vigentes	Frecuencia	Porcentaje
SI	128	61%
NO	83	39%
Total	211	100%

Fuente: (Los autores)

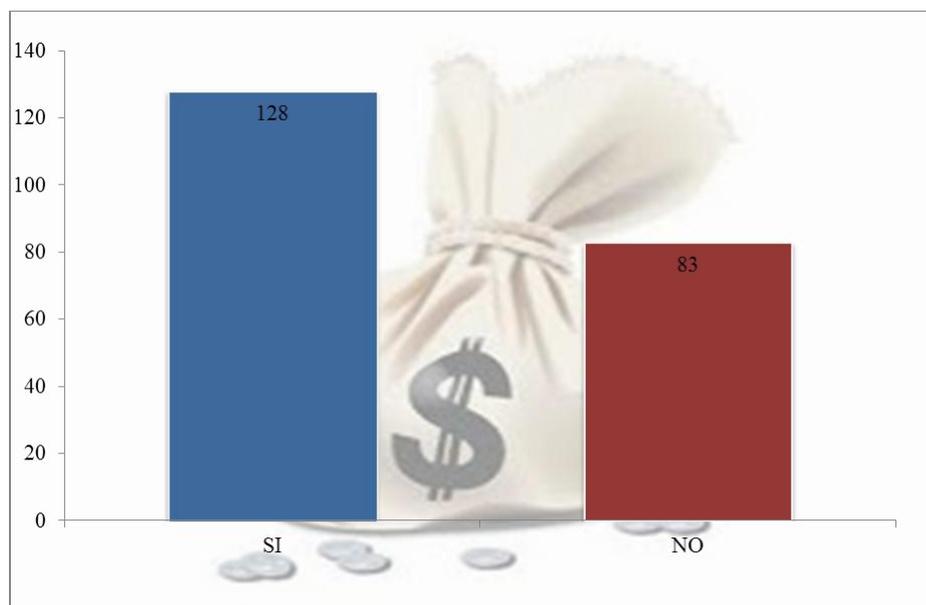


Figura 82
PRESTAMOS VIGENTES
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De los 211 negocios el 39% no mantiene préstamos vigentes al momento de la encuesta y el 61% posee préstamos vigentes, en su mayoría a un año plazo.

4.4.2. Consumidores

En el capítulo anterior se planificó realizar una encuesta a los consumidores, teniendo una población total de 656.528 casas y departamentos dentro del Distrito Metropolitano de Quito, según el INEC, en el censo realizado en el año 2010, resultando una muestra de 384 familias al 31 de diciembre de 2011.

Ya que el período de estudio comprende desde el 2006 al 2011, aquellas personas que no cumplían con la compra dentro de este periodo no fueron tomadas en cuenta.

Perfil de los encuestados

Tabla 54

GENERO DE LOS ENCUESTADOS

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	228	59%
Masculino	156	41%
Total	384	100%

Fuente: (Los autores)

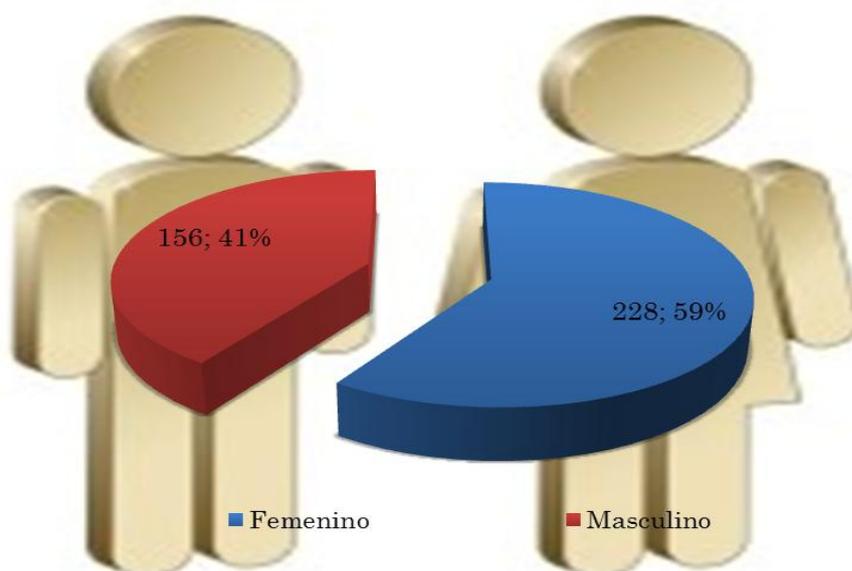


Figura 83
PERFIL DEL ENCUESTADO
Fuente: (Los autores)

1. ¿Cuándo fue la última vez que compró muebles de hogar?

Objetivo

Determinar el periodo de mayor consumo de muebles e los años 2006 – 2011, a la muestra de la población encuestada a septiembre de 2012.

Resultados

Tabla 55
PERÍODO DE COMPRA DE MUEBLES

Período	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 2 años	126	33%
Entre 3 y 4 años	146	38%
Entre 5 y 6 años	112	29%
Total	384	100%

Fuente: (Los autores)

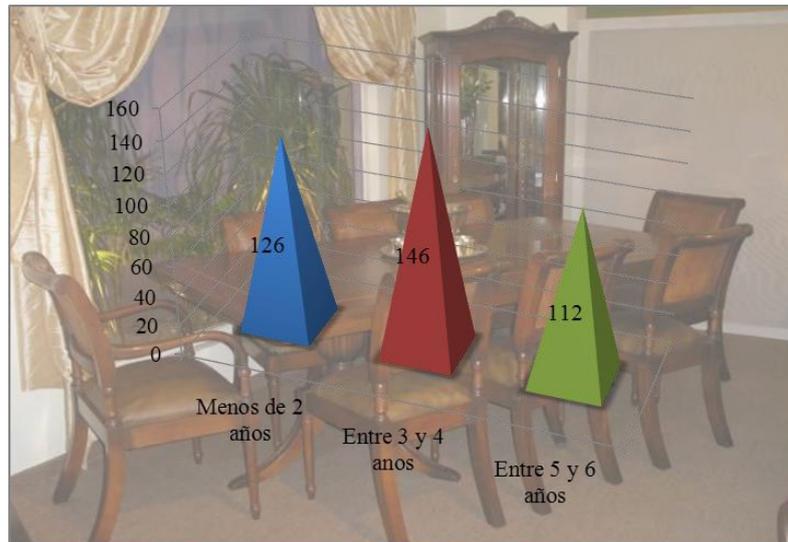


Figura 84
PERÍODO DE COMPRA DE MUEBLES

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El período de mayor consumo de muebles de hogar, es en el año 2008 y 2009, con el 38% de encuestados, 146 personas o familias, esto está acorde al período de apogeo económico que vivió en país en el año 2008, debido a los ingresos petroleros.

2. ¿En qué ciudad compró muebles de hogar?

Objetivo

Determinar las preferencias de mercado en cuanto a ciudad que poseen los encuestados para estimar y aproximarnos a las preferencias de la población total.

Resultados

Tabla 56
CIUDAD DE COMPRA

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Quito	359	93,49%
Ambato	7	1,82%
Ibarra	5	1,30%
Riobamba	4	1,04%
Cuenca	3	0,78%
Santo Domingo	2	0,52%
Salcedo	1	0,26%
Vinces	1	0,26%
Miami	1	0,26%
Latacunga	1	0,26%
Total	384	100,00%

Fuente: (Los autores)



Figura 85
CIUDAD DE COMPRA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El 93.49% de los encuestados compraron sus muebles en la ciudad de Quito, al momento de realizar las encuestas, se pudo verificar que no es difícil adquirir muebles de otras provincias en la capital, esto se refleja a que de los 384 encuestados 359 los obtuvieron en la ciudad. Un particular, una desviación encontrada fue un único encuestado que adquirió sus muebles en Miami.

3. ¿En qué lugar compró muebles de hogar?

Objetivo

Determinar el lugar donde fueron comprados los muebles que las familias del cantón de Quito adquirieron para su casa en el periodo 2006 - 2011. a septiembre de 2012.

Resultados

Tabla 57
SITIOS DE COMPRA

Lugares	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas físicas	301	77,38%
Ferias	77	19,79%
Tiendas virtuales	11	2,83%
Total	389	100,00%

Fuente: (Los autores)

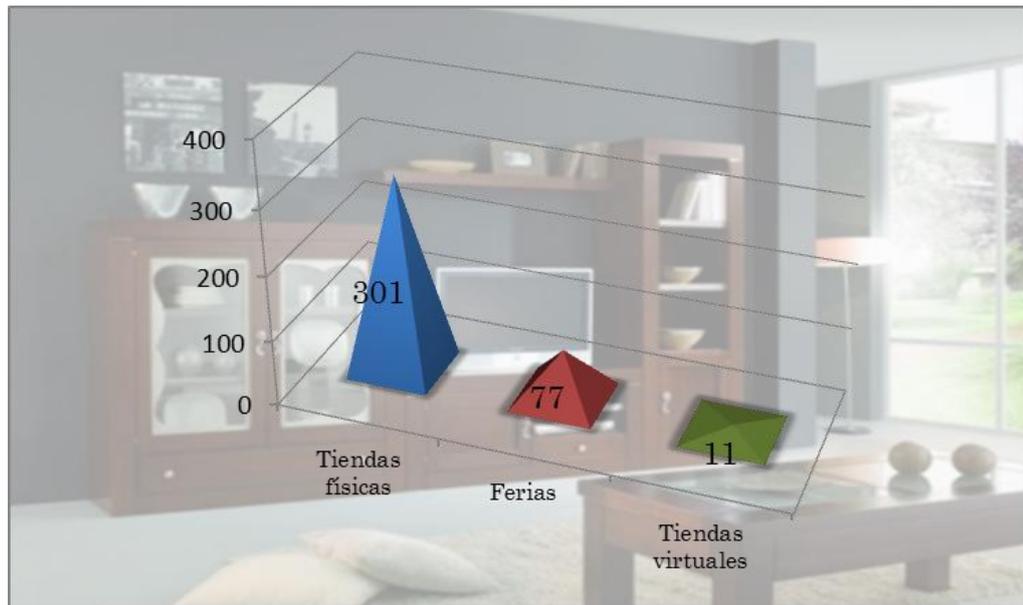


Figura 86
SITIOS DE COMPRA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

El predominante de las compras de muebles en Quito sigue siendo en las tiendas físicas, es decir los locales comerciales con un predominio del 77% de los encuestados que compran en estas, el crecimiento se ha visto en los 77 encuestados, que son el 20% que compran en ferias, este incremento se da gracias a las ferias anuales que realiza el gremio de artesanos cuencanos, gracia a la empresa CONFERÍAS que organiza giras a nivel nacional de estas ferias.

En función a la globalización y el gran crecimiento que ha tenido el internet en el mundo y en el Ecuador, las preferencias de comprar en tiendas virtuales es del 3% para lo que son muebles.

4. ¿Los muebles que adquirió poseen un predominio de material de?

Objetivo

Establecer que material predomina en la mayoría de muebles comprados para los hogares en la ciudad de Quito en el periodo 2006 – 2011, a septiembre de 2012.

Resultados

Tabla 58
PREFERENCIA DE MUEBLES

Materiales	Frecuencia	Porcentaje
Madera	343	87,95%
Combinado	43	11,03%
Plástico	3	0,77%
Metal	1	0,26%
Total	390	100,00%

Fuente: (Los autores)

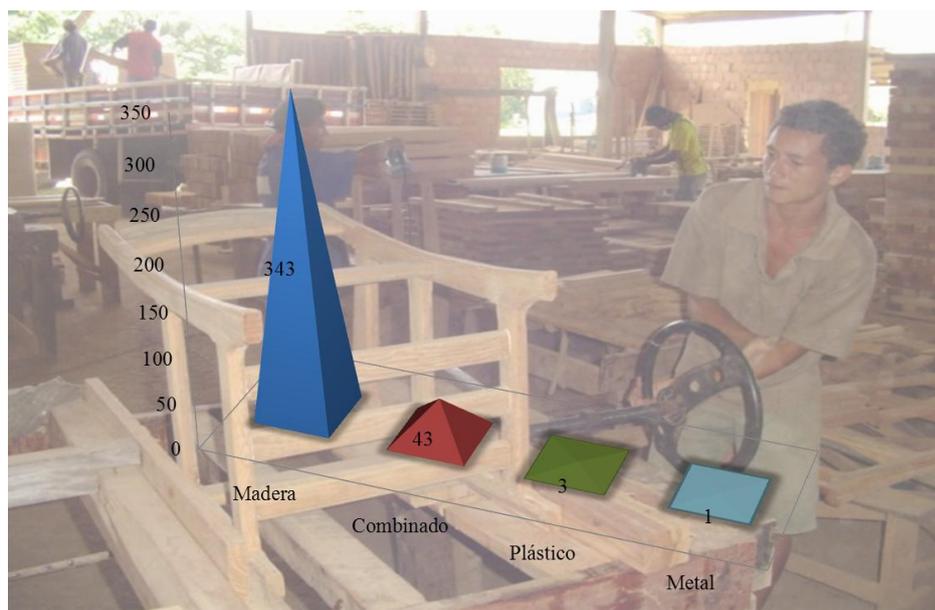


Figura 87
PREFERENCIA DE MUEBLES
Fuente: (Los autores)

Conclusión

La mayoría de personas encuestadas prefieren que los muebles de su casa tengan un predominio de madera con un 88%, siendo 343 de 390 compras de muebles, pese a que este material es el más costoso dentro del mercado, pero a su vez es el de mayor comodidad y comercialización en la ciudad.

5. ¿Cuál de las siguientes razones motivaron su compra?

Objetivo

Determinar las razones por las cuales las familias del cantón de Quito adquirieron los muebles de hogar para su casa.

Resultados

Tabla 59

MOTIVO DE COMPRA

Razón	Frecuencia	Porcentaje
Primera vez	150	39%
Renovación	157	41%
Remodelación	75	20%
Otras	2	1%
Total	384	100%

Fuente: (Los autores)

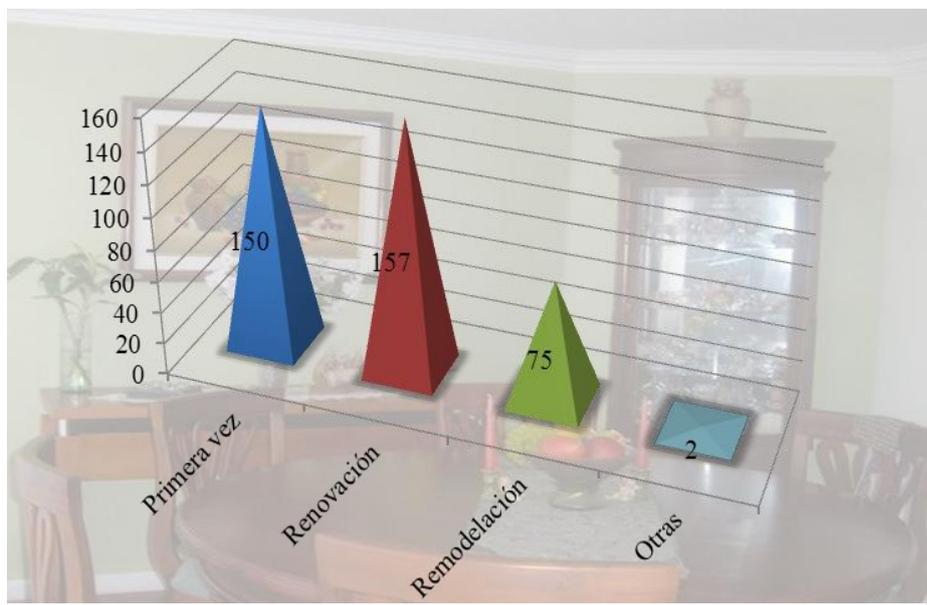


Figura 88

MOTIVO DE COMPRA

Fuente: (Los autores)

Conclusión

En el transcurso de la investigación se ha verificado que el ciclo de vida útil de un mueble puede estar entre los 15 y 20 años en promedio, pero las tendencias de

la oferta de nuevos diseños y modelos, influyen en la adquisición de nuevos muebles en la sociedad y con esta pregunta se comprueba que el 41% de la muestra ha adquirido muebles por renovación y el 20% por remodelación, siendo 232 las personas que cambiaron de muebles.

Para el caso de las compras por primeras vez, la tendencia ha sido las nuevas parejas o aquellos jóvenes que se independizan de la familia, siendo el 39% de los encuestados quienes lo hicieron en los últimos 5 años, tan solo dos personas por causas como la necesidad y la urgencia compraron muebles sin planificarlo previamente siendo esto el 1% de los encuestados.

6. ¿Los muebles referidos en las preguntas anteriores fueron para?

Objetivo

Establecer a que espacio físico de la casa corresponde los muebles de hogar que adquirieron en la pregunta anterior las familias del cantón Quito.

Resultados

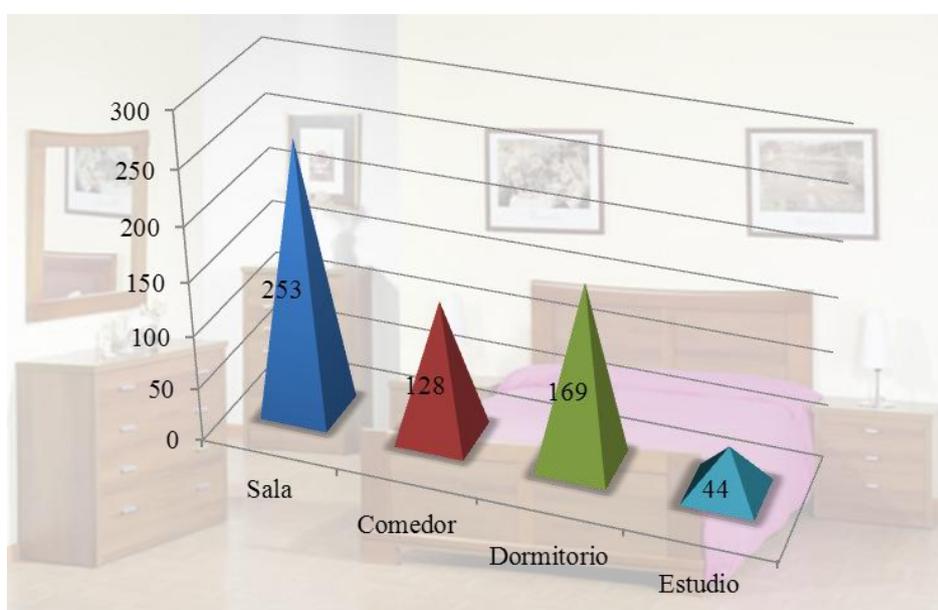


Figura 89
PARTES DE LA CASA
Fuente: (Los autores)

Tabla 60
PARTES DE LA CASA

Espacios	Frecuencia	Porcentaje
Sala	253	43%
Comedor	128	22%
Dormitorio	169	28%
Estudio	44	7%
Total	594	100%

Fuente: (Los autores)

Conclusión

El espacio de la casa al que corresponden los muebles comprados en los últimos 5 años por los encuestados son en su mayoría para la sala, con el 43%, 253 familias, 22% para comedor, 28% para dormitorio y 7% para estudio.

El espacio físico de la casa donde se recibe a los visitantes propios y extraños es la sala, y es el mismo donde la mayoría de personas invierten para que este tenga una apariencia confortable y para esto 253 familias de 384 encuestadas han renovado su sala en el periodo 2006 – 2001 a septiembre de 2012.

7. ¿De qué manera pago los muebles referidos en las preguntas anteriores?

Objetivo

Determinar la forma de pago que utilizaron las familias del cantón de Quito para adquirir sus muebles de hogar.

Resultados

Tabla 61
FORMAS DE PAGO

Tipo de pago	Frecuencia	Porcentaje
Contado	198	51,16%
Crédito directo	57	14,73%
Tarjeta	132	34,11%
Total	387	100,00%

Fuente: (Los autores)

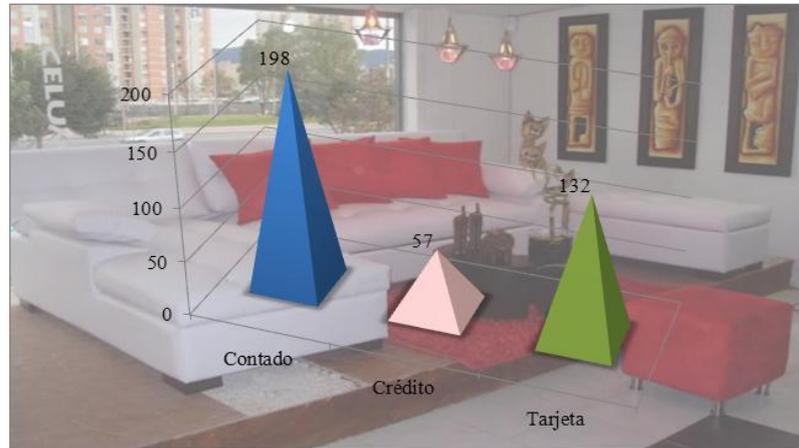


Figura 90
FORMAS DE PAGO
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Los oferentes de muebles actualmente brindan a sus clientes distintas formas de pago, pese a este particular en la muestra encuestada nos dio como resultado que el 51% pago sus muebles al contado, el 15% con créditos directo y el 34% con tarjetas de crédito.

8. ¿El valor que pago por los muebles en su apreciación fue?

Objetivo

Verificar la apreciación de las familias del cantón de Quito en cuanto al precio que cancelaron por los muebles de hogar adquiridos.

Resultados

Tabla 62
APRECIACIÓN DE LA COMPRA

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Justo	329	85,68%
Barato	20	5,21%
Caro	35	9,11%
Total	384	100,00%

Fuente: (Los autores)

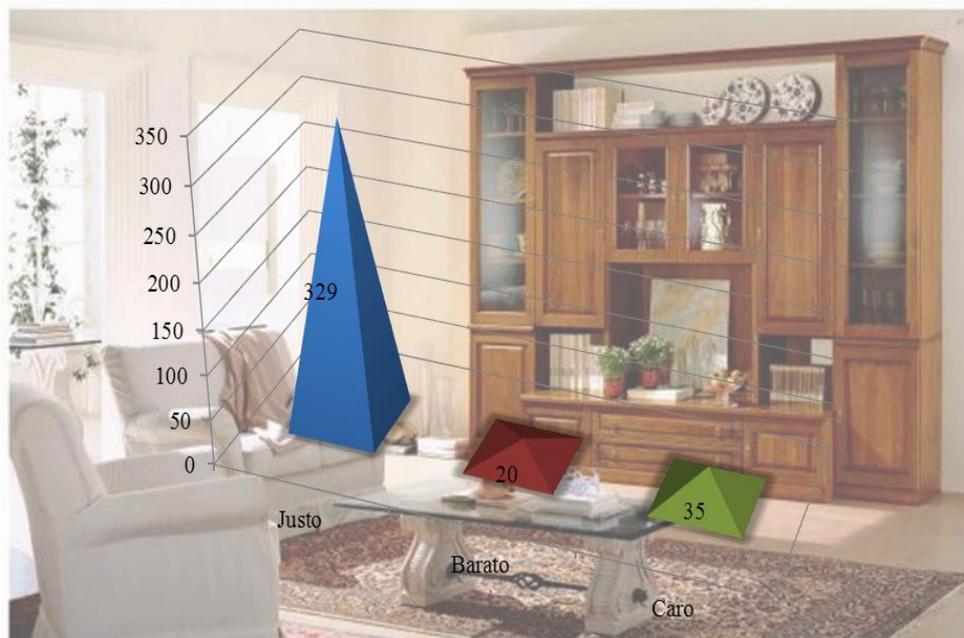


Figura 91
 APRECIACIÓN DE LA COMPRA
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

Quito ofrece muebles en todos los rangos de precios, desde los más económicos, hasta los de marca y de diseños exclusivos y costosos, la muestra observada considera en un 86% justo el precio que pago por sus muebles mientras el 5% y el 9% los consideran barato y caro respectivamente.

9. ¿Tiene planificado comprar muebles de hogar en un futuro mediano (2 años)?

Objetivo

Confirmar si en un futuro mediano que para esta investigación es menos de dos años las familias del cantón de Quito tienen planificado adquirir otros muebles para su hogar

Resultados

Tabla 63

POSIBLE CONSUMO DE MUEBLES

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
NO	149	38,80%
SI	235	61,20%
Total	384	100,00%

Fuente: (Los autores)

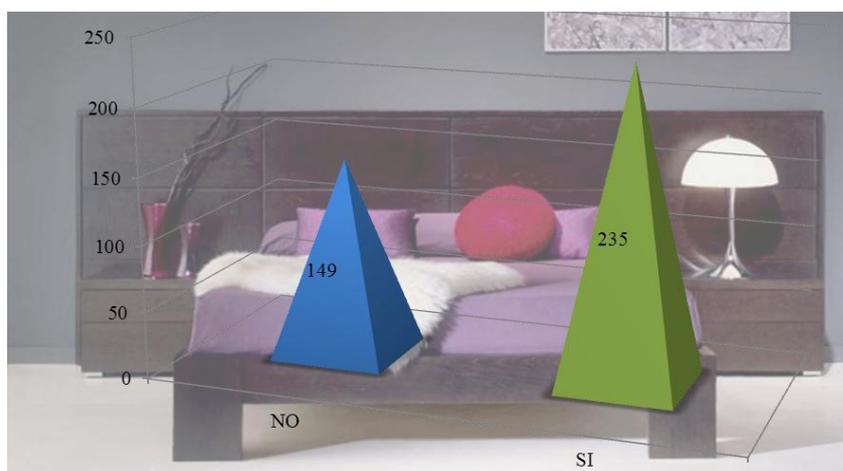


Figura 92
APRECIACIÓN DE LA COMPRA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Dentro de las preguntas de consumo a las familias que viven en la ciudad de Quito, se ha incluido preguntas para determinar un posible consumo futuro, donde solo el 39% tiene planificado la compra de muebles en un futuro mediano de 2 años y el 61% especificó que no piensa comprar muebles.

10. ¿Los muebles que ha planificado comprar tendrían un predominio de material de?:

Objetivo

Determinar en relación a las familias que tienen planificado adquirir muebles de hogar en un futuro mediano que tipo de material predominaría en los muebles de hogar que están pensando adquirir.

Resultados

Tabla 64

PREDOMINO DE MATERIAL DEL MUEBLE

Material	Frecuencia	Porcentaje
Madera	235	98,74%
Plástico	1	0,42%
Metal	2	0,84%
Total	238	100,00%

Fuente: (Los autores)

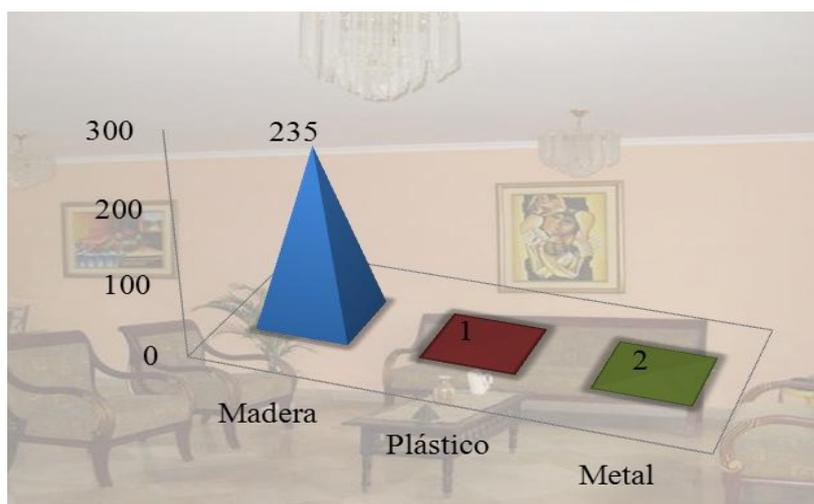


Figura 93

PREDOMINO DE MATERIAL DEL MUEBLE

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Las familias que tienen planificado la compra de muebles prefieren que estos sean de madera, únicamente tres personas especificaron que les gustaría comprar muebles de plástico y metal además de los de madera.

11. ¿De qué área de su casa compraría muebles de hogar?

Objetivo

Determinar en relación a las familias que tienen planificado adquirir muebles de hogar en un futuro mediano que tipo de forma de pago utilizaría para adquirir los.

Resultados

Tabla 65

PARTES DE LA CASA

Espacios	Frecuencia	Porcentaje
Sala	107	31%
Comedor	85	25%
Dormitorio	101	30%
Estudio	47	14%
Total	340	100%

Fuente: (Los autores)

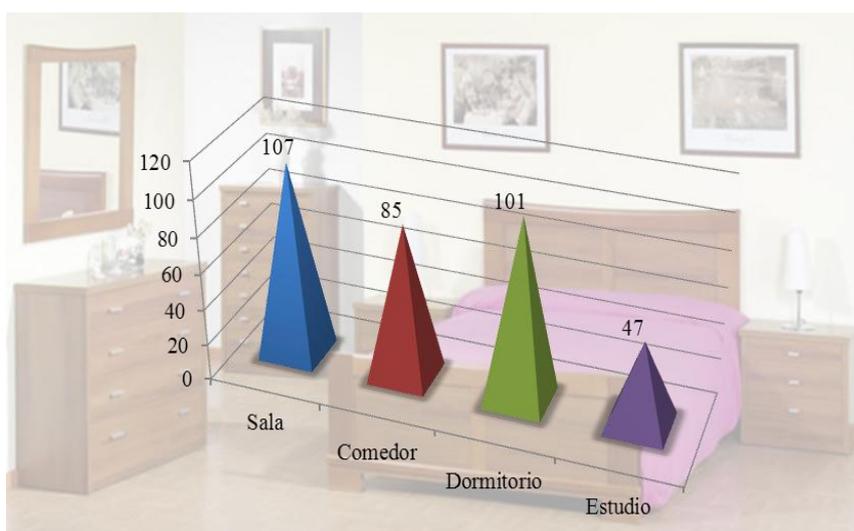


Figura 94
PARTES DE LA CASA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

De las 235 familias que renovaran sus muebles en los próximos dos años, se comprarán 340 juegos de muebles de los cuales 107 (31%) serán para sala, 85 (25%) para comedor, 101 (30%) para dormitorio y 47 (14%) para estudio.

12. ¿De qué manera le gustaría pagar la compra de muebles de hogar?

Objetivo

Determinar la forma de pago en que las familias que tiene planificado comprar muebles en menos de dos años es gustaría pagar.

Resultados

Tabla 66

FUTURA FORMA DE PAGO

Tipo de pago	Frecuencia	Porcentaje
Contado	123	52,34%
Crédito directo	52	22,13%
Tarjeta	60	25,53%
Total	235	100,00%

Fuente: (Los autores)



Figura 95

FUTURA FORMA DE PAGO

Fuente: (Los autores)

Conclusión

La mayoría de familias que planificaron comprar muebles en un futuro cercano y que ya compraron muebles en los últimos 5 años a septiembre de 2012 preferirían pagar al contado, esto se debe a los descuentos que se presentan cuando los clientes pagan de esta manera, en el Ecuador hasta junio de 2012 los establecimientos podían incrementar recargos a las compras con tarjeta de crédito.

El 7 de junio de 2012, la Junta Bancaria del Banco Central de Ecuador mediante resolución estableció que se deberá mantener un precio unificado, sin importar las formas de pago, al momento de realizar las encuestas las familias no

tenían mucho conocimiento de este particular, y se puede evidenciar esto con los resultados de esta pregunta el 52% prefiere pagar al contado, el 22% con crédito directo y el 26% con tarjetas de crédito

13. ¿Qué es lo que usted busca al momento de comprar sus muebles de hogar?

Objetivo

Identificar qué características de las establecidas en la pregunta buscan las familias del cantón de Quito al momento de adquirir los muebles de hogar.

Resultados

Tabla 67
PREFERENCIAS DE COMPRA

Característica	Frecuencia
Precio	219
Calidad	325
Diseño	150
Total	694

Fuente: (Los autores)



Figura 96
PREFERENCIAS DE COMPRA
Fuente: (Los autores)

Conclusión

Esta pregunta no está relacionada a las futuras compras que realizaran los consumidores de los últimos 5 años a septiembre de 2012, se preguntó a todas las familias encuestadas y 325 respondieron que buscan calidad, 219 precio y 150 diseño la respuesta al ser de opción múltiple no se puede parametrizar porcentualmente dentro de los 384.

De las 150 familias que escogieron diseño dentro de sus preferencias de búsqueda 13 de ellos buscan únicamente diseño.

14. ¿Qué otro mercado conoce o le gustaría comprar muebles de hogar?

Objetivo

Establecer en que ciudad preferirían adquirir muebles de hogar las familias de nuestro Cantón.

Resultados

Tabla 68
OTROS MERCADOS DE MUEBLES

Ciudades	Frecuencia	Porcentaje
Quito	99	22,10%
Ibarra	64	14,29%
Ambato	74	16,52%
Cuenca	148	33,04%
Expo ferias	63	14,06%
Total	448	100,00%

Fuente: (Los autores)



Figura 97
 OTROS MERCADOS DE MUEBLES
 Fuente: (Los autores)

Conclusión

A lo largo de la investigación se pudo identificar que la mayor producción de muebles de madera se encuentra en Cuenca, gracias a la publicidad y facilidades de obtener este tipo de muebles se ha popularizado el mueble cuencano, como lo refleja el resultado de los mercados más conocidos de muebles de las familia encuestadas con 148 familias que preferirían adquirir muebles de Cuenca, debido a la ubicación de la investigación el siguiente lugar donde preferirían comprar es en Quito por la facilidad de la logística y traslado de los muebles hacia las viviendas.

15. ¿Identifique la importancia de los muebles de hogar según su criterio, siendo 1 Indispensable, 2 Importante 3 Poco importante, 4 Nada importante?

Objetivo

Identificar el nivel de importancia que tiene cada uno de los muebles de hogar dentro de la casa según las familias del cantón de Quito.

Resultados

Tabla 69

IMPORTANCIA DE LOS MUEBLES DE HOGAR

Importancia	Comedor	Sala	Dormitorio	Estudio	Totales
Indispensable	72	206	100	6	384
Importante	177	96	73	38	384
Poco Importante	107	69	158	50	384
Nada Importante	28	13	53	290	384
Totales	384	384	384	384	

Fuente: (Los autores)

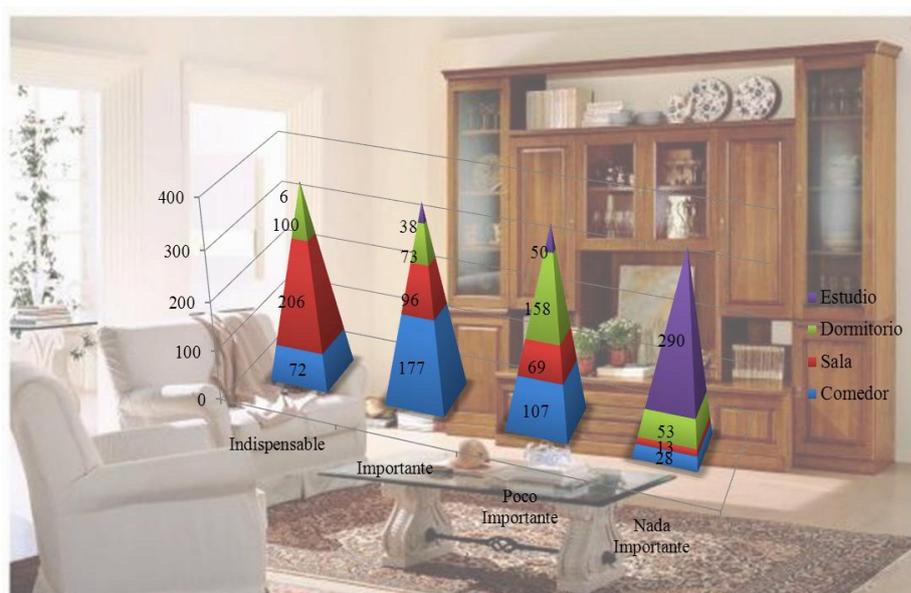


Figura 98

IMPORTANCIA DE LOS MUEBLES DE HOGAR

Fuente: (Los autores)

Conclusión

Para la mayoría de encuestados es imprescindible los muebles de sala, seguidos por los muebles comedor, el dormitorio es importante y el estudio es nada importante, esto ratifica la demanda que existe de muebles de sala, ya sea por renovación o remodelación, al ser el área social de la casa debe ser la que se mantenga en mejor estado y siempre con tendencias actuales

CAPÍTULO V

INFORME

ANÁLISIS EN LA PRODUCCIÓN DE MUEBLES DE HOGAR

Gracias a la amplia diversidad maderera que posee nuestro país y a su tradición artesanal, el Ecuador ha logrado continuamente destacarse en la producción de muebles de hogar debido a que las tendencias en el diseño son cada vez más sofisticadas, pero es importante también reconocer que existen algunos factores negativos que podrían afectar fuertemente a los productores y comercializadores ecuatorianos de este tipo de bienes.

En la actualidad la tendencia ecologista ha tomado mucha fuerza en todos los países del mundo y no es la excepción en el Ecuador, por lo que una parte de los consumidores de este sector de mercado ve necesario el optar por alternativas ecologistas a causa de la contaminación al ambiente, otra desventaja para el proveedor ecuatoriano es el responder con celeridad a la aparición de nuevas tendencias y a los pedidos que requieren ser entregados en períodos muy cortos de tiempo basado en diseños vanguardistas originados en países como China, Italia, Alemania y otros países europeos que de igual manera son potenciales competidores en este tipo de producción de bienes.

Es por estas razones que el impacto en la producción y consumo de muebles de hogar por parte de las familias ecuatorianas y especialmente del cantón Quito, no es significativo para el cálculo del PIB de nuestro país pero si es considerado para la determinación de este índice económico.

La producción y comercialización de muebles de madera está determinado de manera global para el cálculo del PIB dentro de la industria manufacturara donde se incluye también la fabricación de maquinaria, equipo y material de transporte, elaboración de químicos, plásticos y de caucho, elaboración de textiles y prendas de vestir y cuero, elaboración de productos de carne y pescado, elaboración de alimenticios diversos y la elaboración de productos de la madera, que ha tenido una

buena gestión en los últimos años según lo determinado por el BCE, donde en el 2011 año último de nuestra investigación la contribución de la industria manufacturera al crecimiento del PIB es en un 0.23%, en el año 2010 contribuyo positivamente al crecimiento del PIB en un 0,41%.

Es importante enfatizar que Quito, es la primera ciudad que más aporta a la recaudación de impuestos a nivel nacional, con el 54,16 %, 5,177,878,846, para el año 2011, siendo en la actualidad la región económica más importante del país, según el último "estudio" realizado por el Banco Central del Ecuador, en el año 2006, el aporte fue del 18,6% al PIB, generando 4106 millones de dólares, sin embargo su valor de adjudicación permite que este PIB sea aún mayor llegando a adquirir en términos reales el 27% del PIB país gracias a las aportaciones de la producción petrolera y predial. Actualizado: al 2009 el PIB de Quito fue de 10,650 millones de dólares aproximadamente por concepto de producción (19% de aportación), 4,112 millones de dólares por concepto de adjudicación (8% de adjudicación) y 14,762 millones de dólares por concepto total de PIB (27% procedente del 8% adjudicado, 19% producido). (BCE, informe 2006).

En el medio ecuatoriano no existe un estudio enfocado directamente a la industria del mueble como ya se lo mencionó anteriormente que permita establecer la demanda existente, su comportamiento histórico y perspectivas de crecimiento. Los datos disponibles al público se resumen en los estadísticos publicados por el Banco Central, INEC, Cámaras, pero todo por separado, cada organismo posee datos estadísticos diferentes en función de una cuantificación de las cualidades en características variadas en función del sector maderero más que el de muebles.

Uno de los ejemplos más notales sobre el párrafo anterior es el registro de productores y comercializadores según el código CIU para sociedades donde el SRI determina que existen registradas 74 empresas que fabrican muebles de madera mientras que la Superintendencia de Compañía tiene registradas 132 empresas que se dedican la misma actividad, cabe mencionar que en la provincia de Pichincha, cantón Quito, el 95% de la producción de muebles de madera registrados en el SRI al 2011, es de personas naturales y fabricación artesanal.

En el Ecuador la concentración de producción de muebles de hogar se da en las ciudades de Cuenca, Ambato, Quito, Ibarra y Guayaquil y el material predominante para la elaboración de este tipo de bienes es la madera.

Cuando se habla de la oferta cuencana de muebles, este es un sector diferente, no por el producto ofertado, sino por la organización que los mueblistas han tenido para mejorar la comercialización, durante las visitas a los productores se ha podido observar las notables características que hacen sobresalir el mueble de Cuenca, en cuanto a acabados, comercialización y principalmente reconocimiento de los artesanos.

En Quito el mercado de muebles se caracteriza por tres sectores bien definidos, se tiene todo lo que son muebles de plaza o de un rango económico, con acabados de calidad normal, y fabricados por artesanos en un tipo de mueble lineal, los sectores más conocidos para encontrar estos muebles son el mercado de San Roque, Calderón, la calle de la Bahía en el sur de Quito y el sector de la América entre la Colón y la Mariana de Jesús; la oferta media se encuentra en los locales comerciales distribuidos en diferentes puntos de la ciudad, con una mezcla de muebles lineales y tallados, con estilos elegantes y variedad a un precio accesible para la clase económica media, los muebles de marca se caracterizan por la calidad de madera, y la mano de obra del ebanistero (desarrollar muebles de mejor calidad y diseño), también existen modelos lineales y su característica principal son los detalles, acabados y la firma del artista o la empresa, similar a la firma de un pintor.

Es importante mencionar que el sector industrial no tiene gran volumen en la producción de muebles de madera que se comercializan en el cantón Quito, ya que es común que las empresas que venden muebles tengan su fábrica principal en otras ciudades, siendo la ciudad de mayor concentración de producción de muebles de manera Cuenca y otras ciudades como Ambato e Ibarra, en lo que se refiere al mercado de comercialización del cantón Quito.

Se ha comprobado que en el último año de estudio es decir el año 2011 y también por los comentarios que la gran mayoría de encuestados nos supieron

manifestar existe una disminución en la demanda de este tipo de bienes, esto puede ser debido a la competencia informal que se está dando, también que las personas por las facilidades en la entrega de créditos que hoy por hoy tanto la banca como el estado dan prefieren invertir su dinero en bienes inmuebles y vehículos.

Se determinó que en los negocios medianos y pequeños la demanda ha disminuido pero con los negocios o empresas grandes sucede lo contrario donde las personas encuestadas manifestaron que su demanda se ha visto aumentada en los últimos años especialmente en el 2010 y 2011, esto se debe a que la gente y por las facilidades de cancelación que se obtiene en este tipo de negocios donde el pago se hace a crédito ya sea directo o con tarjeta de crédito y no al contado como en los negocios pequeños, es en este tipo de empresas donde los clientes buscan mejores tipos de muebles de hogar que le den un status a los que lo adquieren y algo muy puntual es la entrega inmediata ya que según se pudo investigar muchos productores y/o comercializadores medianos y grandes la entregan le hacen para después de 15 a 45 días, mientras que otros (muy pocos por cierto) la entrega lo hacen de manera inmediata.

También se pudo detectar para la disminución de la demanda de muebles de hogar en los productores y comercializadores medianos y pequeños es la calidad de los muebles que ofrecen ya que se sabe que en unos años dichos muebles perderán su vida útil por el daño que sufren en sus acabados y en la madera.

Dentro de la Provincia de Pichincha, existen varias asociaciones que tienen afiliados a distintos actores de la misma rama como por ejemplo:

- Cámara de la pequeña industria, sector maderero
- Cámara Artesanal de Pichincha
- Cámara Artesanal de Quito
- Cámara de Comercio de Quito
- Asociación de madereros, AIMA

En los negocios encuestados se determinó que el 28% de los negocios no están afiliados a asociación gremial alguna, el 27% a la cámara artesanal, el 22% a la cámara de comercio de Quito.

Todas las organizaciones anteriormente mencionadas, poseen información estadística únicamente de los socios afiliados y como se pudo mencionar en el párrafo anterior los productores que a que afiliación gremial están afiliados, en su mayoría contestaron que a ninguna, lo que incide que no exista una determinación exacta del impacto económico que este sector contribuye al país en forma individual como sector productor de muebles de hogar especialmente de madera.

Al inicio de la investigación se tenía un indicio que la mayor producción de muebles de hogar se encuentra en la ciudad de Cuenca y se pudo confirmar que la mayor producción de muebles de madera se encuentra en Cuenca, gracias a la publicidad y facilidades de obtener este tipo de muebles se ha popularizado el mueble cuencano, como lo refleja el resultado de los mercados más conocidos de muebles de las familias encuestadas con 148 familias que preferirían adquirir muebles de Cuenca, debido a la ubicación de la investigación el siguiente lugar donde preferirían comprar es en Quito por la facilidad de la logística y traslado de los muebles hacia las viviendas.

De las 211 encuestas realizadas se encontró que 40 son únicamente productores, 40 son únicamente comercializadores, 23 son comercializadores de producción de otras ciudades como Cuenca, San Antonio de Ibarra, entre otras y 108 son productores y comercializadores, la apreciación de 51% estos emprendedores considera que su negocio es pequeño, y se determinó que el 81% son personas naturales.

Esto se puede dar por la orientación y colaboración de los encuestados, las grandes empresas por políticas de confidencialidad no facilitan la información. El sector de mercado más colaborador fueron los artesanos y sus comercializadores, que por lo general eran sus familiares más cercanos.

La mayoría de negocios tiene un periodo de creación de 6 a 10 años con el 26% de los encuestados, el siguiente rango de 11 a 15 años el 23 %, el 18 % de los negocios tiene más de 31 años de creación.

De las 81 empresas que tiene el capital de forma social el 88% está en el rango de 2 a 5 socios, en su mayoría los que integran este capital son el esposo y la esposa, en los negocios familiares, en algunos de los casos los dos poseen RUC y un único local tomando en cuenta que en el transcurso de la investigación únicamente 40 de los 211 negocios entrevistados tenían personería jurídica que admite 2 o más socios.

El 55% de los negocios tiene personal entre 1 a 10 empleados, en el transcurso de la investigación se apreció que no existe ni incremento ni reducción de personal considerable.

En su mayoría el segmento de la producción son muebles que no mantiene mucha ganancia por producto debido a la competencia, el segmento productivo que colaboro en esta investigación muestra un promedio de remuneración del personal de producción entre 292 y 500 dólares con el 61%, de los encuestados y estos están entre los 31 y 40 años con el 46% de los encuestados.

El tiempo que labora el personal de producción dentro de los negocios encuestados es de más de 15 años, con el 30%, y el predominante es que su nivel de educación es secundario con el 74% además que este personal no recibe capacitación, únicamente en 15 de los 85 establecimientos que brindan capacitación se preocupan de invertir en seguridad industrial, pese a ser una norma del ministerio de trabajo, por la actividad que realiza y los químicos que maneja.

Se determinó que los negocios de venta de muebles de hogar no se dedican únicamente a la venta o fabricación de muebles para un área específica de la casa, los productores poseen diversificación de productos, los venden por individual, o juegos, de los 211 productores y comercializadores de muebles 77% (163) venden muebles de sala en sus negocios.

El 92% de la muestra produce y comercializa muebles de madera, esto debido a la demanda de muebles de este tipo que existe en el mercado, únicamente el 2% lo realiza de metal y el 6% combinados, no existe producción local de muebles de hogar del plástico en Pichincha, la comercialización se da en locales que distribuye todo tipo de material plástico pero por lo general únicamente para áreas como jardín, sala o comedor.

De las 171 empresas productoras el 81% no posee inventarios rezagados, y sobre las personas que mantiene inventario rezagado el 19%, supieron indicar que no tienen conocimiento sobre las cantidades, pero son muebles que no ha salido porque su diseño es anterior.

El tipo de madera preferida para trabajar es el laurel de los 171 productores 151 utilizan este material, otro material bastante común es el MDF, por costos tanto para la producción como para el precio final.

Los insumos y materia prima para la fabricación de muebles son de fácil adquisición, y la temporada de mayor demanda de muebles es en diciembre, esto genera que la mayoría de productores adquieran la madera en los meses previos a precios accesibles según el 69% de los productores.

Entre productores y comercializadores el margen de utilidad de la mayoría está entre el 11% y 20% con 88 establecimientos de los 188 que respondieron a esta información.

De los 211 negocios encuestados su totalidad distribuye los muebles para la provincia de Pichincha, además 28 establecimientos los distribuyen para Azuay, 35 para guayas y 50 para otras provincias.

Según el criterio de los oferentes de muebles le brinda un precio accesible al cliente en 77% de los establecimientos encuestados, en el 19% de los negocios el precio es barato y únicamente el 4% consideran tener precios caros.

El precio promedio de los muebles en general está entre los 50 y 500 dólares, existen desviaciones mínimas por cada área de la casa de precios superiores a los 501 dólares y en otros casos muy pocos por cierto más de los 1,000 dólares.

De los 211 negocios encuestados únicamente 14 poseen página web y 6 tienda virtual, en el Ecuador todavía no es muy común el e-store y menos para este segmento de mercado

El capital con el que cuentan los negocios de muebles encuestados es el 64% propio, apenas 168 negocios acceden a préstamos y 134 los utilizan para incremento de producción y maquinaria, y el 61% posee préstamos vigentes, en su mayoría a un año plazo.

Con todo esto se puede determinar que el impacto en la producción de muebles en el cantón Quito en estos últimos años ha venido reduciéndose debido al incremento de la competencia, los diferentes controles en relación al pago de impuestos que ha implementado el actual gobierno, las facilidades de pagos que existe para adquirir otro tipo de bienes inmuebles y vehículos, el poco capital propio con el que cuentan muchos de los productores de este tipo de bienes y sobre todo que la mayor producción de muebles de hogar se encuentra fuera del cantón de Quito.

ANÁLISIS EN EL CONSUMO DE MUEBLES DE HOGAR

Se ha podido determinar que el periodo de mayor consumo de muebles de hogar por parte de las familias que habitan en el Distrito Metropolitano de Quito, fueron en los años 2008 al 2009 esto debido a la recuperación económica que tubo nuestro país en dichos años donde el PIB aumento en un 6,6% , también este incremento del consumo de muebles de hogar se debe a que en estos años hubo la eliminación de la tercerización de la mano de obra según la aplicación del Mandato Constituyente No. 8 de abril del 2008, esto permitió que muchos trabajadores pasen a formar parte de las empresas de una manera más estable y con cierto tipos de beneficios tanto los determinados por la ley como los beneficios internos de las

empresas, regularizando el presupuesto de muchas familias ecuatorianas con esta aplicación del mandato.

Según las entrevistas y conversaciones mantenidas con los comercializadores y productores de muebles de hogar el consumo de este tipo de bienes ha disminuido en los últimos años especialmente en el 2011 y en el 2012, donde la demanda de los muebles de hogar se ha visto reducida considerablemente.

Muchas familias que habitan en el Cantón Quito prefieren adquirir sus muebles en la misma ciudad de residencia, debido a la facilidad de transporte de los muebles desde el lugar de compra hasta sus domicilios y también debido a la facilidad de visita a los distintos locales donde se comercializan, así se tiene que del 100% de encuestados del sur, centro y norte de Quito el 93,49% han adquirido los muebles cerca de su domicilio.

Otra característica de consumo es el lugar donde se adquieren los bienes y el 77,38% de las familias lo realizan en los locales físicos que poseen los distintos comercializadores, el 19,79% lo realizan en las ferias que ejecutan los productores y comercializadores en distintas zonas de nuestro Cantón y apenas un 2,83% realizan sus compras por internet por medio de las tiendas virtuales que poseen cierto tipos de locales que comercializan muebles de hogar, cabe mencionar que es un mínimo número de productores y/o comercializadores de muebles de hogar que poseen este servicio de tiendas virtuales para sus clientes y también por cultura propia muchas veces se prefiere ver y palpar el bien que se va a adquirir, debido a la poca confianza que se tiene con las fotos que pueden mostrar en sus páginas web los comercializadores de muebles.

El tipo de material que predomina al momento de adquirir un mueble de hogar en las familias del cantón Quito ya sea este un juego de sala, comedor, dormitorio o estudio es la madera pese a que este material es el más costoso dentro del mercado, pero a su vez es el de mayor preferencia, comercialización, comodidad, realce, y distinción por los diferentes acabados que se le puede dar y el tipo de madera utilizada para la elaboración de los mismos.

Un dato importante obtenido dentro de la investigación por medio de las diferentes conversaciones mantenidas con los productores y comercializadores es el ciclo de vida útil de un mueble de madera puede estar entre los 15 y 20 años promedio según lo manifestado, pero las tendencias de la oferta de nuevos diseños y modelos, influyen en la adquisición de muebles en la sociedad y con esta pregunta se comprueba que el 41% de la muestra ha adquirido muebles por renovación y el 20% por remodelación, siendo 232 las personas que cambiaron de muebles.

Para el caso de las compras por primeras vez, la tendencia ha sido las nuevas parejas que forman su hogar y que se independizan de la familia, siendo el 39% de los encuestados quienes lo hicieron en los últimos 5 años, tan solo dos personas por causas como la necesidad y la urgencia compraron muebles sin planificarlo previamente siendo esto el 1% del total de los encuestados.

Los muebles que han adquirido dentro de esta remodelación, renovación o por primera vez, el mueble que predomina en la preferencia de adquisición de los consumidores son los muebles de sala con un 43% del total de encuestados, la preferencia de la adquisición que ocupa el segundo lugar de compra de los consumidores son los muebles de dormitorio con un 28%, los muebles de comedor con un 22% y los muebles para el área de estudio dentro de un hogar de las familias del cantón Quito apenas es del 7%, así se puede establecer que la preferencia de compra de muebles para el hogar radica en los muebles de sala y dormitorio.

Los oferentes de muebles actualmente brindan a sus clientes distintas formas de pago pero para la cancelación de estas adquisiciones de muebles de hogar las familias del cantón Quito realizan sus pagos en un 51,16% del 100% de encuestados al contado, el 34,11% utiliza sus tarjetas de créditos para realizar la cancelación y un 14,73% utiliza el crédito directo que ofrecen los diferentes locales para poder comercializar sus productos y el 85,68% determina que el precio que pago por adquirir los diferentes muebles de hogar fue justo, el 9,11% indica que el precio que pago por adquirir sus muebles para el hogar fue caro.

Es importante mencionar que la mayoría de las familias que habitan en el cantón Quito creen que los muebles para la sala son indispensables dentro de un hogar por ser el área social de la casa y estas mismas familias consideran que es nada importante tener los muebles de hogar para el área de estudio, esto podría deberse a que por las comodidades que nos brinda hoy por hoy la tecnología con una laptop es posible acomodarse en cualquier sitio de la casa para realizar sus tareas.

Los consumidores de muebles de hogar al momento de adquirir estos bienes buscan calidad, por encima del precio y el diseño en su gran mayoría.

Una proyección de adquisición de muebles de hogar en un futuro mediano los consumidores desearían volver adquirir muebles para el área de la sala en un 31%, para el área del dormitorio un 30%, para el área del comedor un 25% y existe un incremento de adquisición de muebles para el área del estudio del 14% esto tomando como referencia el 100% de los encuestados y que en estos muebles el material que predominaría volvería a ser la madera.

La mayoría de familias que planificaron comprar muebles en un futuro cercano y que ya compraron muebles en los últimos 5 años a septiembre de 2012 preferirían pagar al contado, esto se debe a los descuentos que se presentan cuando los clientes pagan de esta manera, en el Ecuador hasta junio de 2012 los establecimientos podían incrementar recargos a las compras con tarjeta de crédito.

El 7 de junio de 2012, la Junta Bancaria del Banco Central de Ecuador mediante resolución estableció que se deberá mantener un precio unificado, sin importar las formas de pago, al momento de realizar las encuestas las familias no tenían mucho conocimiento de este particular, y se puede evidenciar esto con los resultados de esta pregunta el 52% prefiere pagar al contado, el 22% con crédito directo y el 26% con tarjetas de crédito.

Con todos estos argumentos se pudo determinar que el impacto en el consumo de muebles de hogar por parte de las familias del cantón Quito ha venido disminuyendo en los últimos años y esto tiene relación con un decremento en la

producción de este mismo tipo de muebles, ya que al existir menos demanda, los productores también se ven obligados a disminuir paulatinamente su producción para no poseer inventarios rezagados y seguir aumentando su pérdida económica.

Esta disminución en el consumo de muebles de hogar se puede deber a que las familias prefieren invertir sus ingresos en bienes que no pierden tanto su valor con el pasar del tiempo o realizan adquisiciones de este tipo de bienes en lugares más costosos donde se asegura su calidad y diseño pero la deuda por las facilidades de pago que ofrecen este tipo de empresas también se aplaza, disminuyendo la rotación de compra de muebles en las familias del cantón.

Es importante mencionar que entre los diversos obstáculos que pudimos encontrar para la elaboración de la presente tesis es la falta de colaboración de los gremios asociados a la producción, no por falta de voluntad de los actores, sino más bien por la falta de registro uniformes de cada gremio, así como también la falta de entrega de información por parte de las empresas de renombre en la producción y/o comercialización de muebles de hogar.

Algunas personas nos supieron manifestar que existe un gran temor por todas las situaciones que está haciendo el gobierno con respecto al control en la venta de bienes por cuestiones de los impuestos y que la corrupción muchas veces puede más que la honestidad.

También no hubo una muy buena apertura y colaboración por parte de los consumidores ya que en los diferentes lugares donde pudimos realizar las encuestas, especialmente en barrios como la California Alta, el Bosque, Ponciano Alto, el sector de la González Suarez, Monteserrín, Quito Tennis, entre otros, la colaboración por parte de las personas para responder a nuestro cuestionario no fue aceptable.

De igual manera el poder obtener información con referencia al tema fue bastante difícil ya que al ser un tema que no es cotidiano o de mucho interés, el tratar de conseguir la información es mínimo y lo que se adquiere es en base a datos generales.

Otra de los aspectos que se determinó es que las empresas o negocios se dividen en dos o más ya que de acuerdo al código laboral a partir de los 10 o más trabajadores la empresa debe incluir en gastos como son servicio médico, comisariato, seguridad laboral, etc. motivo por el cual muchas empresas se dividen legalmente hablando, pero en su funcionamiento y estructura muchas veces son la misma, pero con dos razones sociales.

Se recomienda realizar a partir de esta investigación una investigación lineal para verificar cada cierto tiempo la variación del mercado con relación a la producción y consumo de muebles en el cantón Quito.

IMPACTO EN LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE MUEBLES DE HOGAR EN EL CANTÓN QUITO, PARA EL PERIODO 2006 - 2011

ECONÓMICO

Ante una disminución en su producción, debido al impacto negativo que genera la competencia de los productores de otras ciudades que aumentan su distribución y venta de muebles en el Cantón Quito, con mejor publicidad y mayores recursos económicos y respaldo gremial de la provincia productora, los productores locales reducen sus ingresos, reduciendo así su recurso económico.

Para el consumidor local es positiva la competencia, existe diversificación de locales, calidad, precios y principalmente formas de pago, además que la competencia azuaya ha ganado reconocimiento en el mercado a nivel nacional, esto hace más fácil y atractivo el consumo de muebles de hogar para las familia del cantón Quito.

Para el fisco a nivel general, es mejor que el consumo este en las empresas que registran ingresos y pagan mayor cantidad de impuestos, a nivel seccional el valor que aporta la provincia al rubro total de recaudaciones sería menor y se ve afectado en la productividad del cantón Quito.

FINANCIERO

Se podría determinar que el capital con el que cuenta la mayoría de las empresas y/o negocios de producción y comercialización de muebles de hogar el mismo que representa el margen de seguridad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo no es tan rentable financieramente hablando, se determinó que los propietarios no invierten en adquisición de maquinaria con tecnología de punta o moderna para la elaboración de sus productos ya que al no saber qué pasará en un futuro con su producción y venta de los bienes que fabrican, sería un riesgo realizar inversiones para el incremento de su producción, generando un impacto negativo en el crecimiento financiero de los mismo.

Para el consumidor el aspecto financiero parece no tener mucha significatividad, pero no es así, al adquirir muebles de mejor calidad y mayor elegancia o reconocimiento en el mercado genera un aspecto positivo debido a que los muebles en muchas culturales distinguen la clase social.

Para el ente de control en todo sentido es mejor que el productor local genere inversión dentro del propio país, si los ingresos se vuelven de consumo y no inversión refleja un impacto negativo en el crecimiento y productividad, en este caso sería los indicadores financieros del país, uno de los ejemplos más notable de este impacto negativo en el cantón es que Cuenca cuenta con 482 fábricas de muebles con 505585 habitantes y Quito con 2239141 habitantes apenas cuenta con un registro de 74 fábricas.

TRIBUTARIO

Desde la visión del productor el posible impacto futuro es negativo a nivel tributario, en función del incumplimiento de normas que posiblemente en el futuro generen multas o glosas de años anteriores por la falta de declaración y registro de ingresos y gastos para el proceso productivo y los impuestos que estos generan.

Los consumidores no se ven afectados negativamente en el aspecto tributario, debido a la falta de cultura tributaria que posee nuestro país y el cantón Quito, las personas que poseen conocimiento sobre cuán importante es un documento (factura), no se acercan a los comercios informales o simplemente los solicitan, además que por el nivel de ingresos de la mayoría de consumidores de estos tipos de mercado el tratar de deducir impuestos no es una necesidad porque no llegan a los montos establecidos para el pago de impuestos.

El gobierno como ente regulador y de desde el punto de vista de recaudador de impuestos tiene un posible impacto negativo en consecuencia de la producción y venta informal, no existe un registro específico de la producción y venta a nivel de productores artesanales y cuál sería la suma que el fisco está dejando de recibir por esta falta de regulación.

AMBIENTAL

Los productores tienen un posible impacto ambiental negativo debido a las presiones que los ecologistas locales e internacionales ejercen sobre los gobiernos para implementar medidas que aminoren la contaminación ambiental, que para este caso se da en la reforestación de los árboles cortados y en el tratamiento de desechos aumentando el costo de la materia prima

El impacto ambiental aparentemente no influye en los consumidores pero es importante mencionar que las campañas ecológicas que actualmente se dan a nivel mundial han tomado fuerza y seguirán haciéndolo a futuro, tratando de mentalizar a las personas a no consumir por consumir productos que afecten al medio ambiente.

El gobierno es el ente elegido por el pueblo para poner en acción el pensar de la mayoría de los ciudadanos y actualmente la presión para imponer políticas ambientales y uso de procesos limpios ha generado un impacto positivo en la implantación de tratamientos y políticas ambientales estatales que se van implementando de poco en poco, como es la regulación y mejoramiento de los

mercados, en algún momento llegara a la mayoría de sectores productivo dentro de estos el de la producción de muebles.

SOCIAL

En el aspecto social los productores podrían tener un impacto negativo debido a la falta de conocimiento de las regulaciones laborales, sin importar el parentesco que se tenga dentro de los actores del proceso productivo se debe cumplir ciertas políticas que los productores desconocen y esto genera mayores costos en determinado momentos o situación, como es el caso de los accidentes laborales.

Como consumidores debería exigir a los proveedores no solo de este tipo de bienes que exista una regulación uniforme a todas las áreas de producción, ya que esto genera impactos negativos en las familias de los productores que no son mejor reconocidos satisfactoria mente, hablando en términos económicos.

El estado debe garantizar el buen vivir a todos los ciudadanos ecuatorianos y por falta de regulación y control social en el sector de mercado informal, posee un impacto negativo al cumplimiento de sus funciones de control y políticas estatales porque disminuye la calidad de vida de un grupo de la sociedad, al no reconocer de manera óptima su esfuerzo y no asegurar beneficios que por ley le corresponden, como acceso a una jubilación después de largos años de trabajo.

Pero todo esto se podría determinar en términos cuantificables desde un estudio más detallado y concreto de los impactos que a manera general determinamos en la presente investigación, fruto de los resultados obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicó, partiendo desde el hecho que es la primera investigación que se realiza para poder determinar el impacto tanto en la producción como en el consumo de muebles de hogar en las familias del cantón

LISTA DE REFERENCIAS

- AIMA. (2012). *AIMA*. Recuperado el 22 de 11 de 2012, de <http://www.aima.org.ec/>
- Ambar muebles. (2012). *Estilo de Muebles*. Recuperado el 10 de 04 de 2012, de <http://www.ambar-muebles.com/estilos-de-muebles>
- Amez, F. (2005). *Diccionario de Contabilidad y Auditoría*. Madrid: Cultural.
- Anele. (2000). *Fabricación a Medida e Instalación de Carpintería y Mueble*. Madrid: Enco.
- Arquis. (s/f). *Arquis*. Recuperado el 26 de 02 de 2012, de <http://www.arqhys.com/construccion/muebles-historia.html>
- Banco Central del Ecuador. (2006). *Informe 2006*. Quito.
- CAPEIPI. (2012). *CAPEIPI*. Recuperado el 22 de 11 de 2012, de <http://www.capeipi.org.ec/home/>
- Carlos. (03 de 02 de 2012). *OXL*. Recuperado el 26 de 02 de 2012, de <http://mardelplata.olx.com.ar/cama-antigua-iiid-310636317>
- Cedet. (2010). *Cedet, Centro Ecuatoriano de Desarrollo Economico y Territorial*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de <http://www.cedet.ec/newsite/articulo.php?idArticulo=26>
- Centro de tecnologías Limpias. (2009). *Guía de Mejores Técnicas Disponibles para el Sector de Fabricación de Muebles de Madera*. Valencia: Centro de tecnologías Limpias.

CEPEIGE. (2012). *CEPEIGE.ORG*. Recuperado el 22 de 11 de 2012, de LAS NUEVAS CENTRALIDADES URBANAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Cite Madera. (2009). *Costos en la Producción de Muebles*. LIMA.

Definición ABC. (2007 - 2011). Diccionario definición ABC. México, México: Definición.

Dremel. (2012). *Dremel*. Recuperado el 20 de 05 de 2012

Enríquez, L. (2006). *Geografía Económica del Ecuador Quito-Ecuador*. Quito: Señal.

Fadel. (2012). *Fadel*. Recuperado el 12 de 01 de 2013, de <http://fadelmuebles.com/>

Francesa Alianza. (2010). *Mapa del Ecuador*. Recuperado el 20 de 08 de 2012, de <http://www.afquito.org.ec/principal/index.php?option=>

Franklin, E. (1998). *Organización de Empresas*. México: Mc Graw Hill.

FUNDEPIM. (2012). *FUNDEPIM*. Recuperado el 22 de 11 de 2012, de <http://smfundepim.blogspot.com/>

Gamboa, E. (2012). *Tendencias del mercado inmobiliario*. Recuperado el 17 de 11 de 2012, de <http://ernestogamboa.com/tendenciasjulio07.pdf>

Gómez, J. (2010). *Dinero, Banca y Mercados Financieros*. México: Alfaomega.

Gualán, L. (2009). “Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles para el hogar en el distrito metropolitano de Quito”. Quito, Pichincha, Ecuador: ESPE.

Heiss, G. (2006). *Carpintería Mesas y Sillas*. Buenos Aires: Imaginador.

Hernandez, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW HILL.
Hispanista. (s/f). *Historia del Mueble Oriental*. Recuperado el 3 de 05 de 2012, de
<http://restamueble.galeon.com/enlaces922631.html>

Hotel Patio Andaluz. (2000). *Ciudades.com*. Recuperado el 28 de 05 de 2012

Hoyos, A. (2012). *Adriana Hoyos*. Recuperado el Varios de 2012, de
<http://www.adrianahoyos.com/collections/caramelo>

Idrovo, D. (2009). Analisis de Mercado – Ecuador. *Proyecto Manos Unidas*, 102.

INEC. (2010). Censo de población. Quito, PichinchA, Ecuador.

IN-QUITO.COM. (2012). *HOTELES EN QUITO*. Recuperado el 21 de 11 de 2012

Jaramillo, F. (2010). *Valoración de Empresas*. Bogotá: ECOE.

Larousse. (2000). *Historia del Arte*. Santiago de Chile: Larousse.

López. (1984). *Metodo de investigación*.

Los autores. (s.f.). Tesis. Quito, Pichincha, Ecuador.

Martínez, J. (2005). *Diseño de Producto*. Valencia-España: Grupo Gráfico.

Megatiendy. (2009). *Megatiendy*. Recuperado el 3 de junio de 2012, de Megatiendy:
<http://www.megatiendy.com/product/37019/sofa-le-corbusier-grand-confort--2-plazas-de-piel>

Mesalles, J. (2010). *Restauración del Muebles*. MADrid: Visión Libros.

Ministerio de Educación y Ciencia. (2005). *Madera y Muebles*. Madrid : Impresa.

Modermueble. (2011). *Modermueble*. Recuperado el 12 de 04 de 2012, de <http://www.modermueble.com/htm/comedores.htm>

Moya, L. (2002). *Introducción a la estadística de la Salud*. San José.

Muebles Colineal. (s/f). *Muebles Colineal*. Recuperado el 26 de 03 de 2012, de <http://www.colineal.com/CatalogueRetrieve.aspx?ProductID=2072803&A=SearchResult&SearchID=6097663&ObjectID=2072803&ObjectType=27>

Muebles Colineal. (s/f). *MUEbles Colineal*. Recuperado el 12 de 04 de 2012, de <http://www.colineal.com/CatalogueRetrieve.aspx?ProductID=2525173&A=SearchResult&SearchID=6097736&ObjectID=2525173&ObjectType=27>

Muebles Cuenca. (s/f). Muebles Cuenca.

Muebles el Bosque. (2012). *Muebles el Bosque*. Recuperado el 11 de 01 de 2013, de <http://www.bosque.com.ec/>

Muebles y estilo. (2007). *Muebles y estilo*. Recuperado el 8 de 04 de 2012, de http://mueblesantiguos.juegofanatico.cl/muebles_modernos.htm

Mundo Casa. (s/f). *Mundo Casa*. Recuperado el 25 de 04 de 2012, de <http://www.mundo-casas.com/decoracion-de-interiores/decoracion-cuarto-de-estudios.html>

Municipio de Quito. (2012). *Quito*. Recuperado el 21 de 11 de 2012

Muri. (10 de 04 de 2011). *www.opendeco.es*. Recuperado el 21 de 02 de 2012, de <http://www.opendeco.es/interior-de-la-casa-de-un-antiguo-egipcio/>

Nutsch, W. (2005). *Tecnología de la madera y el Mueble*. Barcelona: Reverte.

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura, FAO. (2012). *Quito*.

Perez, C. (30 de 06 de 2011). *Blogspot*. Recuperado el 24 de 04 de 2012, de <http://nina-carolinaperez.blogspot.com/>

Pope, J. (2002). *Investigación de Mercados*. Bogotá.

Prieto, C. (2006). *Milenaria China*. México: Fondo de Cultura Económica.

Proyecto Bolfor. (1996). *Producción de Muebles de Madera*. La Paz: Proyecto Bolfor.

Quesada, V. M. (s/f). *Estadística Básica con aplicaciones en Excel*.

Quevedo, V., & Jesús Chía, A. R. (s/f). *Midiendo el Impacto*. La Habana: Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente.

RAE. (2012). Real Academia de la Lengua. *Diccionario*.

Ramguiflex. (2010). *Ramguiflex*. Recuperado el 02 de 04 de 2012, de <http://www.mueblesramguiflex.com/espanol/temas-de-interes/muebles>

Rietvel, G. (12 de 04 de 2011). *Minimasmum*. Recuperado el 26 de 2 de 2012, de <http://minimalsun.wordpress.com/2011/04/12/silla-roja-y-azul-gerrit-rietvel/>

Ruiz, C. (1998). *Español para el Comercio Internacional*. Madrid: Edinumen.

Salvat. (2004). *Diccionario Enciclopédico Salvat*. Madrid: Salvat.

Sanchez, D. (2012). Mueble Contemporáneo. *Revista M&M, Mueble y madera*, 9.

Secretaría de Economía Durango. (s/f). *Estudio de Mercado Muebles Durango*. México: México Emprende.

Smith, E. (1998). *Breve Historia del Muebles*. Madrid: Destino.

Solinofi. (s/f). *Solinofi*. Recuperado el 25 de 04 de 2012

Tamayo, M. (1999). *Metodología de la investigación*. Bogotá: ICFES.

Tempo Design. (s/f). *Tempo Design*. Recuperado el 25 de 04 de 2012, de <http://www.tempodesign.com.ec/index.php?idSeccion=http://www.tempodesign.com.ec/tempo/tempo&idProducto=fr/interfaceGrid.php/tempo>

Tost, G. (13 de 11 de 2008). *Ginatonic*. Recuperado el 24 de 03 de 2012

Turismo en fotos. (2009). *Turismo en fotos*. Recuperado el 20 de 11 de 2012, de http://www.turismoenfotos.com/items/ecuador/quito/3951_basilica-del-voto-nacional/

Urprime. (s/f). *Urpime*. Recuperado el 13 de 04 de 2012, de http://www.urpime.com/Muebles_de_cocina/

Vargas, J. (2009). *Oferta y su clasificación*.

Vitefama. (2012). *Vitefama*. Recuperado el 11 de 01 de 2013, de <http://www.vitefama.com.ec/>

Worldexpress. (s/f). *Worldexpress.com*. Recuperado el 21 de 11 de 2012, de <http://connl.wordpress.com/>